

TURISMO SOCIAL

**DIÁLOGOS DO TURISMO
UMA VIAGEM DE INCLUSÃO**

Presidente da República Federativa do Brasil

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro do Turismo

Walfrido dos Mares Guia

Secretário Nacional de Políticas de Turismo

Airton Pereira

**Diretora do Departamento de Estruturação, Articulação e
Ordenamento Turístico**

Tânia Brizolla

Coordenadora-Geral de Segmentação

Mara Flora Lottici Krahl

Instituto Brasileiro de Administração Municipal – IBAM

Superintendente Geral

Mara D. Biasi Ferrari Pinto

Superintendente de Desenvolvimento Econômico e Social

Alexandre Carlos de Albuquerque Santos

Ficha Catalográfica

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)

B823t Brasil. Ministério do Turismo.
Turismo social : diálogos do Turismo : uma viagem de inclusão
/ Ministério do Turismo, Instituto Brasileiro de Administração
Municipal. – Rio de Janeiro : IBAM, 2006.
360 p. : il.

Trabalhos apresentados no Seminário Nacional Diálogos do
Turismo – uma viagem de inclusão (2005 : Brasília, DF).

1. Turismo - aspectos sociais - Brasil. 2. Inclusão social. 3.
Seminário Nacional Diálogos do Turismo. I. Título. II. Título:
Diálogos do Turismo : uma viagem de inclusão.

CDU 380.8:301.01(81)

TURISMO SOCIAL

DIÁLOGOS DO TURISMO UMA VIAGEM DE INCLUSÃO



Ministério
do Turismo



TURISMO SOCIAL

DIÁLOGOS DO TURISMO – UMA VIAGEM DE INCLUSÃO

Depositado na Reserva Legal da Biblioteca Nacional

**Equipe Técnica
do IBAM**

Coordenador

Alexandre Carlos de
Albuquerque Santos

Consultor

Josué Setta

Consultora

Ana Maria Forte

Assessores Técnicos

Kátia Silva

Patrícia Azevedo

Pedro Nogueira Diogo

Rodrigo Marchesini

Apoio

Flávia da Silva Lopes

**Coordenação
e Produção Editorial**

Sandra Mager

**Equipe Técnica do
Ministério do Turismo**

Coordenação

Mara Flora Lottici Krahl

Técnicos

Luiz Antonio Pereira

Madalena Nobre

Maria Sílvia Dal Farra

Tatiana Turra

Carolina Campos

Isabel de Castro

Patrícia Kato

Fernando Rocha

Apoio

Elcie Helena Rodrigues

Felipe Arns

Mariana Leite Xavier

Carolina Neves

Gabriel Vitor

Agradecimentos

José Eduardo Calegari Paulino/

Projeto Simpatia – MS

Carlos Henrique Porto Falcão /

SESC Nacional – RJ

Apresentação

Um dos maiores e mais notáveis desafios da sociedade brasileira contemporânea tem sido o enfrentamento das questões da desigualdade e da exclusão social em um cenário democrático, que pressupõe a ampla participação do conjunto de atores sociais.

A realidade tem mostrado, mesmo em um quadro de democracia avançada e de ampla participação social, as permanentes e recorrentes contradições que afetam a sociedade brasileira: desemprego, expansão da pobreza, exclusão social, preconceitos e processos de discriminação e segregação. No início dos anos 60, o país tinha 49,3% de excluídos; em 1980, 42,6%; e em 2000 chegou a 47,3%. O crescimento foi de 11% entre 1998 e 2000. Esses números consideraram variáveis relacionadas à qualidade de vida da população, tais como violência, desigualdade, nível de escolaridade e emprego formal.

O Governo Federal vem desenvolvendo programas específicos de ações afirmativas legais e institucionais para mudar esse cenário. O Ministério do Turismo aliou-se a essa luta e convoca a sociedade para a cidadania. A idéia de inclusão assumida pelo MTur enfoca também o acesso e a distribuição dos benefícios da atividade turística. Ao poder público cabe a função de fomentador para a ascensão sociocultural e econômica dos indivíduos, na qual age como articulador para a participação intersetorial e institucional no processo.

Nessa perspectiva, procura-se desenvolver o turismo privilegiando cada um dos atores envolvidos na atividade: o turista, o prestador de serviços e o grupo social de interesse turístico. Sob a ótica do turista, o interesse social concentra-

se no cidadão como viajante pertencente a determinadas classes de consumidores com renda insuficiente para usufruir da experiência turística de qualidade, ou a grupos em situação de exclusão que, por motivos diversos, têm suas possibilidades de lazer limitadas. Essa é uma abordagem clássica do Turismo Social, que trata das viagens de lazer para segmentos populares e para grupos em situação de vulnerabilidade. Sob a ótica do prestador de serviços turísticos, o foco está nos micro e pequenos empreendedores e nos trabalhadores de modo geral, que têm a possibilidade de inclusão social pelas oportunidades advindas da atividade turística. O fomento às iniciativas desses empreendedores e a integração com outras atividades econômicas do arranjo produtivo do turismo são alguns dos temas relevantes nessa abordagem. Sob a ótica dos grupos e comunidades de interesse turístico, a ênfase está nas condições sociais e culturais de quem integra o ativo turístico local. A conservação e valorização do patrimônio cultural e natural e a promoção do capital social enquadram-se nesse enfoque.

Com essa visão, o Ministério do Turismo pretende desenvolver o turismo independentemente de classes sociais. Para aqueles que, pelos mais variados motivos (renda, preconceito, alienação etc.) não fazem parte dos movimentos turísticos nacionais ou, quando viajam, consomem produtos e serviços inadequados. E para os que não têm oportunidade de participar dos benefícios econômicos da atividade turística, com vistas a uma distribuição mais justa da renda e à geração de riqueza.

Para que o Turismo contribua efetivamente para a superação das diversas formas de vulnerabilidade e exclusão social, não basta a ação isolada do poder público, não são suficientes políticas governamentais, nem mesmo a mobilização estanque de determinados setores da sociedade,

como vem ocorrendo. É preciso mais: é preciso a formação e o fortalecimento de redes de confiança, solidariedade e de ação cooperada dos agentes sociais.

Um grande passo nesse processo foi o encontro Diálogos do Turismo – Uma Viagem de Inclusão, onde foram discutidas propostas e alternativas de como promover a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão por meio da atividade turística, cujos resultados estão retratados neste documento.

Com esta publicação, o Ministério do Turismo partilha sua convicção de que turismo e desenvolvimento social são intrínsecos e conclama para o amadurecimento dessa relação – a construção do almejado turismo sustentável.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

Sumário

Introdução	11
Parte I	
Conferências	
Turismo e Políticas Públicas de Inclusão <i>Maria das Graças Rua</i>	17
Turismo, Valorização da Brasilidade e Construção do Capital Social <i>Tania Regina Zapata e Jesús Cámara Zapata</i>	38
Turismo, Solidariedade e Inclusão <i>Cristovam Buarque</i>	76
Parte II	
Palestras Exploratórias/Propositivas e Resultados das Oficinas	87
Igualdade Racial e Turismo <i>Lecy Brandão</i>	89
Turismo em Comunidades Quilombolas – uma contribuição historiográfica <i>Hebe Mattos</i>	101
Turismo e Orientação Sexual <i>João Silvério Trevisan</i>	139
Sociedades Indígenas e Turismo <i>José R. Bessa Freire</i>	178
Gênero, Turismo, Desigualdades <i>Adriana Piscitelli</i>	205
Comunidades Costeiras Frente à Expansão do Turismo <i>Eduardo Schiavone Cardoso</i>	246

Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas	264
<i>Sergio Schneider</i>	
Breves reflexões sobre as relações entre turismo, infância e juventude no Brasil	294
<i>Renato Roseno</i>	
Turismo e Geração: Jovens e Idosos	306
<i>Adriana Romeiro de Almeida Prado</i>	
Turismo e Acessibilidade	320
<i>Verônica Camisão</i>	

Introdução

Esta publicação resulta do *Seminário Nacional Diálogos do Turismo – uma viagem de inclusão*, fruto de profícua parceria entre o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Administração Municipal – IBAM, estimulados pelo entendimento das inúmeras oportunidades de integração social que podem ser abertas pelo turismo.

No exercício de sua missão de desenvolver o turismo como atividade econômica sustentável, o MTur destaca a relevância desse setor na geração de empregos e divisas, aliado ao compromisso da inclusão social. Nessa perspectiva, a busca pela inclusão não se orienta apenas pela carência material de determinados grupos ou pessoas, ou seja, não se limita à idéia de pobreza e miséria. Vai além: volta-se a questões relacionadas à identidade, à individualidade e à própria condição humana. Por sua vez, o IBAM – há 53 anos trabalhando no assessoramento de políticas públicas em diversas áreas, sobretudo na esfera municipal – encontrou nessa parceria condições e motivações para dar prosseguimento ao seu compromisso com o desenvolvimento econômico e social das localidades brasileiras.

Durante três dias de Seminário – de 8 a 10 de dezembro de 2005, em Brasília – foram apresentadas pesquisas, conferências, palestras e debatidos temas por Grupos de Trabalhos centrados na abordagem do turismo em relação a comunidades e grupos historicamente marginalizados no país, sob vários aspectos e possíveis processos inclusivos.

A diversidade da temática foi um dos grandes desafios do evento. O olhar de especialistas e as reflexões de representantes desses grupos sociais demonstram que as fronteiras e as dificuldades que os separam ao mesmo tempo os unem e são bastante tênues, o que demanda ações transversais quando o assunto é a inclusão social e turismo.

Sob esse enfoque, partiu-se da idéia que o quadro de desigualdade social no Brasil exige, além da formulação de políticas públicas voltadas para a inclusão, o comprometimento da sociedade como um todo. Esse quadro, somado ao potencial da atividade turística para revertê-lo, motivou a concepção e desenho do Seminário Nacional Diálogos do Turismo – uma viagem de inclusão. Debater o turismo e toda sua complexidade faz parte desse esforço, para que o turismo se constitua, de fato, direito de todos, independentemente de condição social, econômica, política, religiosa, cultural e sexual.

Esta publicação consiste de três partes:

Parte I – Ciclo de Conferências, que impõe as linhas gerais para outras palestras e debates. São Conferências que abordam o tema de maneira ampla. Na primeira conferência, a Cientista Política da Universidade de Brasília – UNB, Maria da Graça Rua tece reflexões críticas sobre os motivos pelos quais o turismo assume referência de campo privilegiado para a promoção do desenvolvimento social. A autora discorre sobre as políticas públicas, apontando os desafios inerentes à conquista de resultados concretos para o processo de inclusão social. A segunda conferência apresenta as reflexões da socióloga Tânia Zapata, que pensa o turismo como “*locus*” de congregação de oportunidades e potencialidades capazes de impulsionar transformações sociais que culminem em legítimos processos inclusivos. Como estratégia, a conferencista propõe que o desenvolvimento turístico se ancore nos conceitos de brasilidade e capital social. Fechando o Ciclo, o Senador Cristóvam Buarque disserta sobre educação e exclusão, focando os impactos perversos da pobreza e do desemprego e o papel do turismo como via de inclusão das camadas sociais menos privilegiadas da sociedade brasileira.

Parte II – Bloco das Palestras Exploratórias e Propositivas, que explana temas, provoca reflexões e induz à ação e à proposição. Trazem à tona a discussão da inclusão social especificamente sob o ponto de vista dos grupos sociais e comunidades tradicionais: Gênero, Geração, Acessibilidade e Igualdade Racial, Quilombolas, Orientação Sexual, Sociedades Indígenas, e Comunidades Costeiras e Rurais. Tais debates permitem estabelecer correlações entre o desenvolvimento do turismo e a efetiva inserção destes distintos assuntos, de modo a orientar a atuação dos Grupos de Trabalho voltados para a proposição de ações.

Parte III – Encarte com os Resultados das Pesquisas: “Alternativas de Crédito para Pequenos Empreendimentos Turísticos” e “Classes C, D & E – um novo mercado para o Turismo Brasileiro”, apresentadas em versão digital, sob a forma de encarte. Lança novos olhares para as alternativas de inclusão no turismo sob o ponto de vista econômico e social. A primeira pesquisa, realça as condições da oferta de crédito para microempreendedores no setor turístico e a segunda apresenta as condições e o perfil dos turistas de baixa renda, caracterizando seus diferentes tipos e hábitos de viagem.

Esta publicação condensa, portanto, o esforço do Ministério do Turismo e do IBAM para construção da cidadania no País. A proposta é que a ação do turismo respeite as diferenças, incorpore a igualdade de oportunidades e estimule uma nova ética no processo de consumo, oferta, produção e distribuição dos benefícios da atividade turística. Assim, os resultados do Seminário permitem a reflexão da amplitude e o potencial da atividades turística para agregar e impulsionar as diversas formas de manifestações culturais e sociais no território brasileiro, identifica entraves e aponta caminhos e ações nessa perspectiva.

Parte I

Conferências

Turismo e Políticas Públicas de Inclusão

Maria das Graças Rua*

Nos anos recentes a referência ao turismo como campo privilegiado para a promoção do desenvolvimento social, devido ao seu potencial inclusivo e democratizante, tornou-se quase um lugar-comum. Menos freqüente, porém, tem sido a reflexão sobre os motivos pelos quais o turismo assume tal feição. Este é o primeiro ângulo da temática a ser explorada neste artigo.

O turismo pode contribuir decisivamente para o desenvolvimento sustentável e para a inclusão social porque agrega um conjunto de dimensões favoráveis à solidariedade e à integração social. Em primeiro lugar, pela sua própria natureza, o turismo opera pela ruptura do isolamento, provocando o contato entre diferentes culturas e ocasionando interações de múltiplos e variados atores. Com isso, propicia o conhecimento e a valorização de determinados ambientes e comunidades, estimulando o respeito e o interesse pela sua preservação.

Em segundo lugar, o conhecimento oportunizado caracteriza-se como essencialmente prazeroso, de maneira que as interações se dão em um clima de reduzida tensão, favorecendo o entendimento entre os atores.

Terceiro, o turismo exhibe forte potencial de criação e ampliação de oportunidades de trabalho e geração de renda. O amplo leque de atividades aberto pelo turismo permite

* Doutora em Ciência Política, Professora do Centro de Pesquisa e Pós-graduação sobre as Américas (CEPPAC) e do Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília.

acolher trabalhadores com diferenciados padrões e patamares de desenvolvimento, o que contribui para a redução dos conflitos pelo ângulo da oferta. Essa tendência inclusiva é fortalecida pelo fato de que a cadeia produtiva do turismo é intensiva em mão-de-obra.

Por tudo isso, e por envolver uma ampla multiplicidade de segmentos, o turismo contribui para o reconhecimento e valorização da diversidade e para o estabelecimento e fortalecimento de laços de solidariedade entre povos e grupos sociais.

Todas essas potencialidades, porém, não se realizam sozinhas. De fato, o turismo exige o funcionamento de uma ampla rede de processos logísticos que abrangem desde aqueles relativos às vias e meios de transporte, estabelecimentos diversos, suprimentos variados de energia e alimentação, acomodações, móveis, utensílios e equipamentos, até aqueles que dizem respeito à oferta de atividades consistentes com os segmentos em tela, como, por exemplo: místicas, esportivas, recreativas, culturais, artísticas etc.

O desenvolvimento do turismo implica a composição e articulação de atividades de natureza multissetorial e intersetorial. Sua realização perpassa diferentes níveis de governo exigindo cooperação intra e intergovernamental. Essa complexidade requer medidas que excedem a ação isolada tanto da sociedade como do Estado; é necessária a ação combinada dos múltiplos nichos da iniciativa privada e das instâncias do poder público.

Para além dos significados específicos que os distinguem, os termos articulação, cooperação, ação combinada e seus congêneres possuem em comum o fato de requererem coordenação. Quanto maior a complexidade e a magnitude dos fatores envolvidos, maior a necessidade de coordenação

e, ao mesmo tempo, maiores as dificuldades para que esta se realize.

E é por este motivo que a expressão “políticas públicas” tem freqüentado o mesmo discurso que enfatiza o potencial de desenvolvimento e de inclusão social do turismo. Este é o segundo ângulo da temática explorada neste artigo.

Toda política pública é um produto da atividade política, entendida esta como o conjunto de mecanismos e procedimentos pelos quais o consenso se revela preferencial à coerção na resolução dos conflitos de poder e de interesses envolvendo bens públicos.

As políticas públicas, por sua vez, consistem no estabelecimento de diretrizes que orientam decisões a partir das quais se realizam ações, tanto públicas como privadas, em busca de determinados objetivos.

Uma vez que (a) as políticas públicas implicam a alocação de valores; (b) existem diferenciados tipos e graus de poder na sociedade e no Estado; (c) os interesses são também distintos e freqüentemente conflituosos, os dois grandes desafios de toda política pública são, primeiramente, a construção de decisões que agreguem consenso; e, em segundo lugar, assegurar que as decisões tomadas serão implementadas.

Ou seja, não basta que sejam tomadas decisões, mas estas precisam ter a natureza de acordos que expressam a composição entre os interesses em jogo. E não basta nem mesmo que haja decisões acordadas, sendo ainda necessário que essas se tornem efetivas intervenções na realidade, a partir da ação coordenada dos atores e agências envolvidas.

No que tange diretamente ao objeto deste artigo, ao mesmo tempo em que a complexidade do turismo amplia

exponencialmente esses dois desafios, a resolução dos mesmos é condição fundamental para o sucesso das suas atividades e para a realização do seu potencial em termos de desenvolvimento sustentável e de inclusão social. Isso remete à discussão dos dilemas que precisam ser enfrentados para que haja políticas públicas de turismo, voltadas para a inclusão social.

O Primeiro Desafio: lidar com os conflitos de valores

Num mundo ideal, igualdade, liberdade, justiça, segurança, eficiência seriam apenas dimensões de uma mesma situação de bem-estar ou satisfação, sem contradições. No mundo das coisas reais, ao contrário, freqüentemente somos obrigados a escolher entre valores igualmente relevantes. Quando nos lembramos de que escolher é renunciar a todas as alternativas para ficar com somente uma, percebemos que, na verdade, gostaríamos de não ter que decidir e poder ficar com todas as boas coisas – mas isso é impossível.

Além disso, nossas escolhas são feitas sob a angústia da decisão, ou seja, muitas vezes não sabemos de fato qual das alternativas preferimos, até que nos deparamos com as conseqüências da situação consumada. E com pesar descobrimos, tardiamente, que não era o que pretendíamos.

Quando se trata das políticas públicas essas dificuldades se tornam ainda maiores, devido aos interesses e poderes associados aos valores, alternativas e preferências. O primeiro passo para a construção dos acordos necessários a uma política pública direcionada para a inclusão social é o esclarecimento do significado desta expressão e dos paradoxos entre os valores a ela associados.

A menção à inclusão social remete ao seu contrário, a exclusão. Freqüentemente confundida com a desigualdade,

a exclusão deve ser corretamente entendida como a negação parcial ou total da incorporação de grupos sociais à comunidade política e social. É dessa maneira que, formal ou informalmente, são negados a esses grupos os direitos de cidadania, como a igualdade perante a lei e as instituições públicas e o seu acesso às oportunidades sociais – de estudo, de profissionalização, de trabalho, de cultura, de lazer, de expressão etc. – é impedido ou obstaculizado.

Vale chamar a atenção para a multidimensionalidade do conceito, que não se restringe aos aspectos formais nem se limita à esfera econômica. O primeiro aspecto a chamar atenção reside no fato de que a exclusão pode manifestar-se ou não como uma norma legal. Exemplos encontram-se no antigo regime do *apartheid* na África do Sul, ou na negação do direito de voto aos analfabetos, como ocorria no Brasil até poucos anos atrás, ou como o conjunto de direitos que o Estado brasileiro ainda hoje nega aos homossexuais.

Mais freqüentemente, porém, a exclusão não se fundamenta em base legal, manifestando-se informalmente. Ou seja, mesmo que formalmente os direitos sejam universais, nem todos conseguem exercê-los porque: (a) as instituições não funcionam de maneira inclusiva; por exemplo, exigem requisitos de acesso ou oferecem tratamento assimétrico a certos indivíduos ou grupos; (b) os próprios membros de alguns grupos sociais não têm acesso às condições básicas de existência essenciais para assegurar sua informação sobre seus direitos, a percepção do seu significado e até mesmo o interesse pelo seu exercício. Ou seja, existem atributos não selecionados e irracionalmente conferidos, que resultam em desvantagem para os indivíduos no exercício dos seus direitos: a situação socioeconômica de origem, a ausência das habilidades obtidas via escolarização, determinadas características étnicas, físicas ou intelectuais etc.

Nesse sentido, Santos explicita as profundas diferenças entre desigualdade e exclusão:

Se a desigualdade é um fenômeno socioeconômico, a exclusão é, sobretudo, um fenômeno cultural e social, um fenômeno da civilização. Trata-se de um processo histórico através do qual uma cultura, por meio de um discurso de verdade, cria a interdição e a rejeita... O sistema de desigualdade se assenta, paradoxalmente, no caráter essencial da igualdade; o sistema de exclusão se assenta no caráter essencial da diferença... O grau máximo da exclusão é o extermínio; o grau extremo da desigualdade é a escravidão.¹

No limite, portanto, a exclusão envolve a privação ou negação da própria condição humana, de tal forma que, além dos direitos de cidadania, o que se nega aos excluídos é a possibilidade de ação, discurso, comunicação, que é condição para que os indivíduos realizem o seu potencial como sujeitos.

Portanto, ao pensar políticas públicas voltadas para a inclusão social, é necessário refletir sobre as diferentes dimensões e formas de manifestação da exclusão, de maneira a que as medidas propostas contemplem tanto a igualdade como a equidade e suas implicações.

A primeira condição para isso é definir e estabelecer um consenso em torno de qual igualdade se pretende promover. A partir dos enunciados anteriores, relativos à exclusão e à desigualdade, é possível estabelecer que a igualdade signifique mais que o simples “tratamento igual perante a

¹ SANTOS, B. de S. *A construção multicultural da igualdade e da diferença*. Trabalho apresentado no VII Congresso Brasileiro de Sociologia, Rio de Janeiro, 1995.

lei” ou igualdade formal. Na verdade, mesmo que a lei trate os indivíduos igualmente, outros fatores do mundo real operam no sentido oposto. Quando se busca maior efetividade, falar de igualdade e inclusão implica falar de acesso e desfrute: o igual acesso e igual desfrute do produto social. Na esfera do turismo significaria tanto oportunidades iguais de trabalho na cadeia produtiva, quanto de desfrute das atividades turísticas.

Os dados de qualquer natureza e as análises sob os mais diversos ângulos não deixam a menor margem de dúvida acerca da situação existente no nosso país: a despeito do fato de sermos um país rico, temos uma desigualdade tão brutal que, vergonhosamente, exibimos um dos maiores índices de pobreza e um dos menores índices de desenvolvimento humano do mundo. Pior ainda, apesar do espaço reservado à igualdade no nosso marco jurídico, estamos muito distantes da igualdade, qualquer que seja o critério adotado: social, econômico, racial, de gênero, etário, regional etc.

Existem múltiplas causas para tal situação. A solução, claramente, reside na adoção de políticas de equidade. Trata-se de um conjunto de medidas destinadas a fazer com que aqueles que são prejudicados pela desigualdade ou pela exclusão encontrem condições para transpor o abismo social e, assim, possam se integrar aos demais.

Apenas para dar um exemplo: não basta gerar oportunidades de trabalho num empreendimento turístico e estabelecer critérios abertos para o preenchimento dos postos de trabalho. Sabe-se que muitos não poderão sequer se candidatar a tais postos porque não têm como preencher requisitos mínimos de educação e de qualificação. Para produzir igualdade terão que ser adotadas medidas que atuem

sobre a falta de requisitos que impede os sujeitos até mesmo de aspirar aos postos de trabalho.

Tais medidas – quaisquer que seja a sua natureza, inclusive a discriminação positiva – correspondem ao que se entende como “políticas de equidade”: um conjunto de meios adotados para a superação das barreiras mediatas e imediatas à igualdade efetiva. Ocorre, porém que nem sempre o amplo consenso em torno da igualdade sustenta também as políticas de equidade. Em outras palavras, embora seja grande o apoio à igualdade enquanto valor abstrato é tão ou mais extenso o conjunto de pontos polêmicos em torno das políticas concretas de equidade. Isso porque, paradoxalmente, a equidade pode significar tratamento desigual.

Muito da polêmica em torno da equidade tem a ver com os seus aspectos operacionais: quem deve ser beneficiado com as políticas? Quais os critérios de demarcação dos indivíduos, grupos ou comunidades beneficiárias: socioeconômicos (renda? índices de desenvolvimento?) ou demográficos (cor, sexo, idade?) O que deve ser objeto de distribuição (bens tangíveis, como postos de trabalho, auxílio financeiro? Ou intangíveis, como educação, saúde etc.?) Quais os processos de distribuição? (quotas? sorteios? classificações em escalas específicas?) Aspectos como esses, relativos ao desenho operacional das políticas de equidade, freqüentemente polarizam o debate porque, em grande parte, definem quem ganha e quem perde com essas políticas.

Contudo, para além das questões da engenharia das políticas de equidade, destacam-se dois eixos de dissenso especialmente acirrado: equidade *versus* eficiência e equidade *versus* liberdade.

Definindo eficiência como a obtenção do maior rendimento possível de cada insumo aplicado, é fácil reconhecer que a

sua busca é tão natural quanto o exercício da racionalidade: procurar os meios mais adequados ou os menores custos para os benefícios pretendidos. Num mundo de recursos escassos, buscar a eficiência é, além de racional, um comportamento moralmente defensável.

Por isso, do mesmo modo que a igualdade, todos queremos eficiência. Todos apóiam a idéia genérica de que se deve buscar o máximo de rendimento em tudo o que fazemos, porém, quando é necessário ir além de palavras de ordem amplas e vagas e aplicar o princípio da eficiência às decisões políticas surgem problemas, porque se torna necessário estabelecer quem e o quê, de fato, será considerado importante. Assim, não somente há obstáculos à consecução da eficiência, como também freqüentemente a sua busca se choca com as políticas de equidade destinadas a promover a igualdade.

Do ponto de vista das dificuldades, sabe-se que a obtenção de resultados melhores ou maiores é dificultada sempre que for pequeno o número de fornecedores ou de consumidores de um bem ou serviço. A competição imperfeita, de fato, impede o controle sobre uma ou sobre ambas as pontas da relação custo-benefício, inviabilizando a melhoria dos resultados das políticas.

A eficiência é prejudicada, também, por deficiências na informação. Pelo lado da emissão: linguagem demasiado técnica, dados incorretos, dados incompletos, obstáculos no acesso à informação, demora na transmissão da informação, entre outras, caracterizam aquilo que se conhece como “informação imperfeita”. Pelo lado da recepção, toda informação é interpretada e a sua aplicação passa, inevitavelmente, pelos múltiplos filtros e lentes dos receptores. Isso significa que, mesmo que a emissão da informação fosse perfeita, nem assim seria possível assegurar

que fosse comunicada de maneira eficaz, nem aplicada de modo consistente com a busca da eficiência das políticas públicas. Quanto maior for a complexidade do campo de política, como é o caso do turismo, mais pesarão as deficiências de informação sobre a busca da eficiência.

Além disso, freqüentemente faltam referenciais para a busca da eficiência, já que a mesma complexidade que amplifica o impacto potencial de um campo de política, tornando possível orientar a intervenção em busca de maiores e mais disseminados benefícios coletivos, também traz a possibilidade de prejuízos coletivos ou externalidades negativas, manifestados posteriormente. Como fazer escolhas que maximizem a equidade e/ou a eficiência quando não há informação disponível sobre os impactos de médio e longo termo?

Enfim, no debate sobre a disjuntiva eficiência/ equidade, os que defendem a eficiência sustentam que as medidas de equidade eliminam a motivação das pessoas para lutar pelos seus objetivos; além disso, a realização de políticas de equidade requer interferência do governo nas escolhas individuais, inviabilizando a busca da eficiência, que requer liberdade para a maximização das relações entre meios e fins; finalmente, argumentam que a promoção da equidade requer a expansão da máquina pública encarregada de administrar benefícios e eleva os gastos públicos, reduzindo a eficiência.

Os que levantam a bandeira da equidade, por sua vez, sustentam que, ao contrário: a falta de oportunidades e de acesso ao produto social é o principal fator de desmotivação dos indivíduos; além disso, não existe evidência de que o comportamento maximizador só floresça nos ambientes de baixa presença do poder público; finalmente, lembram que a eficiência dos gastos públicos deve ser avaliada não

somente pelo que se realiza, mas também pelo que se impede e se evita; ou seja, existe um custo aparentemente elevado de não se realizar a equidade, o que reduz a eficiência.

Polêmica equivalente tem como centro as relações entre liberdade e proteção. Todos queremos ser livres, é verdade. Mas existem limites à liberdade? Onde se situam?

As sociedades ocidentais modernas admitem o princípio de que os indivíduos devem ser livres para fazer o que quiserem, a menos que suas atividades prejudiquem outras pessoas. Entretanto, esse postulado que se mostra tão absolutamente defensável, de imediato impõe questões, tais como: se é o prejuízo de indivíduos e comunidades que define os limites à liberdade, que tipo de prejuízo será bastante para justificar a restrição da liberdade de um ou mais sujeitos (físicos? materiais? emocionais e psicológicos? espirituais e morais? ambientais? estéticos?) Como as pessoas são diferentes e desempenham papéis diferentes, a liberdade de quem poderá ser restringida? Qual o limite dessa restrição? O campo de atividades do turismo permite imaginar um amplíssimo leque de situações nas quais o benefício de um grande número de indivíduos pode levar ao prejuízo de um número igualmente significativo. Como tomar decisões nesses casos?

Um outro conjunto de questões emerge quando a disjuntiva em tela diz respeito à liberdade *versus* igualdade e equidade. Pode-se começar indagando acerca da condição da liberdade. Há graus de liberdade? Ou a liberdade é uma condição absoluta?

Há os que sustentam que não há liberdade absoluta em nenhuma circunstância, o que há são mecanismos que asseguram o exercício do direito de escolher. É legítimo sustentar que a insegurança quanto à satisfação das necessidades inviabiliza o exercício da liberdade? Se sim, a

liberdade significa então o controle dos indivíduos sobre a sua própria vida. Nesse caso, qual a liberdade dos despossuídos de tal controle? A proteção contra a vulnerabilidade ou apenas a frustração das necessidades, cria dependência nos indivíduos, viola sua liberdade? A liberdade é violada quando políticas públicas de equidade impõem algum tipo de coerção? Ou, pelo contrário, a liberdade humana pode ser beneficiada por alguns controles e por medidas que compelem à cooperação? Até onde podem ir esses controles e medidas sem violar direitos legítimos?

Essas e outras questões semelhantes nada têm de metafísico ou abstrato. São, ao contrário, as grandes temáticas da política: estão no fundo dos conflitos de interesse e de poder cuja resolução é condição essencial para a viabilização das políticas públicas. Na realidade, grande parte das chamadas “diretrizes” – sem as quais as decisões relativas às políticas públicas mostram-se erráticas e até mesmo contraditórias – consiste em estabelecer posições frente a esses eixos de dissenso. Não se trata de tarefa fácil, especialmente no contexto das políticas públicas brasileiras, caracterizado a seguir.

2. O Segundo Desafio: lidar com as regularidades das políticas públicas no Brasil

Ainda que os temas valorativos estejam equacionados, em qualquer sociedade haverá obstáculos concretos, econômicos, relacionais e organizacionais, às políticas públicas. No Brasil, afiguram-se como verdadeiras “regularidades” das políticas públicas, como será visto adiante.

Um dos aspectos que primeiro chama a atenção nas políticas públicas brasileiras é a fragmentação. De fato, um traço

recorrente é que, embora as demandas da sociedade impliquem a articulação e cooperação de diferentes agências setoriais, o que ocorre é a existência de linhas rígidas – mas nem sempre consensuais e respeitadas – de demarcação das áreas de atuação de cada uma.

Como consequência – e esta é outra regularidade – as políticas muito freqüentemente emperram devido à competição interburocrática; ou são fragmentadas em áreas de controle de cada agência, na busca de uma convivência pacífica; ou, finalmente, estabelecem-se superposições que levam à baixa racionalidade e ao desperdício de recursos.

Uma outra característica recorrente é a descontinuidade administrativa. Como, em regra, inexistem concepções consolidadas de missão institucional, as agências envolvidas nas políticas públicas são forte e diretamente afetadas pelas preferências, convicções, compromissos políticos e idiosincrasias pessoais diversas dos seus escalões mais elevados. Esses cargos, por sua vez, são em grande parte preenchidos conforme critérios políticos, o que confere certa impermanência aos seus ocupantes. Com isso, cada mudança dos titulares dos cargos, como regra, provoca alterações nas políticas em andamento. Essas podem ser alterações de rumo, de prioridade etc. e podem ocorrer até mesmo sem visibilidade alguma no curto e médio prazos: basta, por exemplo, que o novo dirigente de uma agência decida, sozinho, que uma determinada política ou programa – prioritário para o dirigente anterior – deverá ter menos centralidade nas suas atenções.

Resulta que, com a mudança de dirigentes, freqüentemente os programas e políticas são redimensionados, reorientados, suspensos, ou deixam de concentrar as atenções e energias dos quadros daquelas agências. Além disso, nas raras situações em que se consegue superar a fragmentação e a

disputa interburocrática e são estabelecidas formas cooperativas de ação entre as agências, nem sempre os novos dirigentes mantêm os vínculos de solidariedade dos seus antecessores, porque também as relações de cooperação tendem a ser personalizadas.

Um outro aspecto recorrente nas políticas públicas, especialmente nas políticas sociais, é o de que as decisões e ações tendem a ser pensadas a partir da oferta e muito raramente são efetivamente consideradas as demandas. A par disso, os instrumentos de avaliação (indicadores e procedimentos) na maior parte das vezes são inadequados ou precários e os mecanismos de controle social são absolutamente incipientes ou inexistentes. Todos esses traços expressam, provavelmente, os padrões de autoritarismo e centralização presentes em nossa formação histórica, bem como as heranças do passado autoritário recente. Causas à parte, o fato é que disso resultam descompassos entre oferta e demanda de políticas, acarretando desperdícios, lacunas no exercício da cidadania, frustração social, perda de credibilidade governamental, desconfiança e óbices à plena utilização do potencial de participação dos atores sociais etc.

Uma quinta regularidade é a presença de uma clara clivagem entre formulação/decisão e implementação, que expressa uma perspectiva linear, vertical e planificadora da política pública. Essa clivagem é observada primeiro pela presença de uma cultura que enfatiza a formulação/decisão, tomando a implementação como dada. Ou seja, a percepção da complexidade das políticas públicas se restringe ao ambiente/fase da formulação/decisão, enquanto a implementação é vista como um conjunto de tarefas de baixa complexidade, acerca das quais as decisões foram previamente tomadas.

Por outro lado, essa clivagem se manifesta nas diferenças de *status* e de capacitação dos quadros funcionais encarregados,

respectivamente, da formulação/decisão e da implementação. Concretamente, esta característica tem como resultado a tendência à centralização, a reduzida autonomia das agências implementadoras, a baixa adaptabilidade dos modelos adotados para as políticas públicas e uma acentuada fragilidade dos níveis e agências implementadores. O produto final, freqüentemente, é o desperdício de recursos pela ineficácia das políticas públicas.

Esses problemas são ainda mais aflitivos na área das políticas sociais, onde são acentuadas a ineficácia e a dispersão organizacional. De fato, comparadas com outras áreas, a maior parte das agências e dos seus quadros ainda é pouco moderna, exhibe reduzida eficácia/eficiência gerencial; as diversas agências são desarticuladas entre si e freqüentemente constituem nichos de interesses políticos personalistas. Além disso, como se trata de agências (e políticas) que consomem recursos, em vez de gerá-los, a clivagem mencionada se torna ainda mais acentuada com a sua exclusão da maioria das decisões relevantes, ou seja, as decisões quanto a recursos, que são tomadas em outras esferas governamentais.

Isso, por sua vez, tem a ver com uma outra recorrência observada: a hegemonia do economicismo e a desarticulação entre política econômica e política social. Como regra, as políticas econômicas assumem a primazia em todo o planejamento governamental, cabendo às políticas sociais um papel absolutamente secundário, subordinado e subsidiário.

São várias as concepções que sustentam o primado da política econômica. Uma delas supõe que o mercado é perfeito e que, se for permitido o seu livre funcionamento, aos poucos as distorções serão resolvidas; logo, as políticas sociais devem ficar restritas aos interstícios nos quais não cabe a ação do

mercado e onde, por isso mesmo, não serão capazes de transtornar a sua dinâmica. Uma outra perspectiva admite que o mercado não seja perfeito, mas mantém o crescimento econômico como prioridade máxima; assim, caberia às políticas sociais a função de corrigir os desvios sociais advindos em conseqüência. Uma variante desta concepção, em época relativamente recente, encontrava-se na máxima do regime militar de que “primeiro é preciso deixar o bolo crescer, para depois dividir”.

Só muito recentemente é que começou a ser abandonada a percepção de que as políticas sociais se destinam a corrigir deficiências. Isso porque só há muito pouco tempo desenvolveu-se a concepção de que política social é – mais até que direito de cidadania – investimento produtivo e de que deve haver coordenação e equalização entre os objetivos da política econômica e os das políticas sociais, uma vez que os novos modelos de produtividade enfatizam o capital humano.

O exame de vários programas do Governo Federal mostra claramente diversos dos aspectos já mencionados. De fato, observa-se nitidamente a ocorrência de ações dispersas entre as diferentes agências e de programas desarticulados no interior de cada uma delas. Além disso, a maior parte das ações reflete a concepção típica do primado da economia: são propostas de correção de desvios e seqüelas. Não chegam sequer a expressar concepções de prevenção de problemas, e, muito menos ainda, de investimento consistente na formação de capital humano, visando ao destino futuro do país.

Diante disso tudo fica claro que não basta “formular” ou “implementar” políticas públicas. Existe uma política das políticas públicas. Os tomadores de decisão, nos diversos níveis, bem como os agentes implementadores, em todas as esferas, devem ter consensuadas, no mínimo, as posições

quanto a valores. Somente assim será possível compatibilizar a busca da inclusão com as políticas de desenvolvimento e de crescimento econômico, com os imperativos da política monetária e fiscal, de maneira a que as decisões tenham chances efetivas de se transformar em intervenções na realidade no contexto das políticas públicas no Brasil.

3. Algumas pistas sobre possibilidades de políticas de inclusão social no turismo

Ainda que a atividade turística exista no Brasil há bastante tempo, o turismo como eixo de atuação governamental é bastante recente, datando de pouco mais de dez anos os investimentos públicos mais significativos, especialmente na forma de programas regionais de desenvolvimento do turismo.

O mesmo não ocorre com as políticas sociais que, independentemente da filosofia que as orienta, são bastante antigas no nosso país. Abrangem desde as políticas compensatórias baseadas na transferência de renda por vias diversas – programas alimentares, cestas básicas, programas de renda mínima universais e condicionais (bolsa família etc.) – até as políticas estruturais, cuja lógica consiste em constituir, entre os grupos beneficiados, capacidade de geração de renda permanente.

Existem ainda algumas políticas sociais de natureza setorial que, sem implicar transferência de renda de maneira direta, exibem indiscutível impacto sobre a pobreza, a desigualdade e a exclusão social. Trata-se, primeiramente, da educação, mecanismo privilegiado em qualquer estratégia de promoção social permanente e requisito para todas as demais políticas,

inclusive as estruturais, dentre as quais cabe especial destaque à inclusão digital.

Em seguida encontra-se o amplo conjunto de políticas de saúde, que vão desde a saúde preventiva e curativa propriamente ditas, até as políticas de habitação e saneamento.

Evidentemente, tanto as políticas de educação quanto as de saúde guardam íntima relação com as políticas ambientais, que, por sua vez, são fortemente afetadas pelas políticas estruturais.

Dentre estas, distinguem-se as que se destinam a proporcionar infra-estrutura (políticas de energia, transportes e comunicações) e as que se orientam diretamente para a geração de emprego e renda: crédito, apoio ao desenvolvimento de vocações locais, apoio aos pequenos empreendimentos e formação de mercados.

Aparentemente, um dos grandes problemas que reduzem a eficiência dessas políticas não é a sua orientação pró-equidade, mas sim a sua fragmentação, desarticulação, eventual superposição etc. Fica claro que o turismo representa uma via privilegiada para a obtenção de ganhos de eficiência em políticas de equidade pelo seu potencial papel de eixo de articulação das diversas políticas sociais.

O turismo oferece tanto a possibilidade de fortalecimento do capital físico (infra-estrutura, investimentos financeiros etc.), como estimula o desenvolvimento do capital humano (via educação e capacitação profissional).

Além disso, e talvez mais importante ainda: representa uma oportunidade sem igual para solucionar um dos mais difíceis desafios ao êxito das atividades econômicas: a formação de mercados.

Nada disso poderá ser equacionado, porém, sem que as diretrizes quanto a valores sejam previamente consensuadas. Caso a equidade seja o valor privilegiado, cabe adotar algumas ênfases na condução das diversas políticas. Tais pontos de ênfase são os seguintes:

- as áreas de ocupação informal ou áreas degradadas surgidas ou ampliadas pela dinamização da atividade turística devem ser objeto de criterioso planejamento urbano e ambiental, com o desenvolvimento de projetos de urbanização e regularização do uso do solo e da habitação.
- os investimentos públicos em infra-estrutura devem beneficiar não somente o total da população (inclusividade), mas focalizar as áreas e populações degradadas pela ótica da equidade (ações afirmativas), sob o risco de não obter ou perder parte da eficiência desejada quanto à atratividade dos complexos turísticos e das áreas turísticas localizadas.
- tanto os projetos de urbanização como os empreendimentos turísticos de qualquer porte, devem ser diretamente incentivados a utilizar mão-de-obra, materiais e insumos diversos de extração local.
- como é muito provável que ocorra, a disponibilidade local de insumos pode ser pouca ou nenhuma, portanto, devem-se adotar estratégias para estimulá-la; do mesmo modo, caso a mão-de-obra local seja despreparada, deve-se operar capacitando-a e preparando-a. Essas ações são, claramente, de natureza estratégica e de responsabilidade pública.
- a oferta de capacitação profissional para o preenchimento de postos de trabalho nas atividades do turismo ou subsidiárias a ele deve ser focalizada nos grupos populacionais de menor nível de

escolaridade. Isso inclui a adoção de facilidades para a inclusão digital.

- o foco das capacitações nos grupos de menor escolaridade não exclui a responsabilidade pela oferta, no local, da educação formal de qualidade. Acresça-se a isso a adoção de políticas de formação educacional especificamente voltadas para a atividade turística nos próprios destinos turístico. A concepção de “pólos de formação” e as metodologias e mecanismos de educação a distância, quando combinadas, oferecem oportunidades privilegiadas para esse fim.
- na oferta de empregos diretos e indiretos, deve ser dada a preferência à população local e nativa, especialmente a de menor renda.
- devem ser disseminadas boas práticas na constituição de empreendimentos econômicos de natureza comunitária (cooperativas, consórcios, associações), especialmente voltados para o fortalecimento de vocações e atividades preexistentes tanto na área de bens como de serviços (suprimentos alimentares, suvenires, manifestações culturais e folclóricas etc.), com apoio à sua implantação nos destinos.
- devem ser eliminadas as barreiras ao crédito, que deve ser oferecido de maneira a que os locais tenham acesso, inclusive pela definição de linhas de crédito que contemplem o leque de possibilidades locais.
- devem ser desenhadas e implementadas medidas de estímulo e fortalecimento tanto do protagonismo social como da governança local, sem descuidar dos mecanismos de controle social e *accountability*.

Essas são algumas das ênfases com relação a políticas de desenvolvimento do turismo orientadas para a inclusão, com

foco local, quando se trata dos destinos. Estes, porém, só terão possibilidade real de desenvolvimento quando forem estimulados os mercados usuários.

Nesse sentido, cabe assumir a mesma orientação pró-*eqüidade*, já que a pobreza, a desigualdade e a exclusão social operam estreitando também as oportunidades de desfrute das atividades turísticas. De fato, ainda muito mais que o acesso à educação, saúde e habitação de boa qualidade, os bens culturais, o lazer, a recreação encontram-se completamente fora do alcance de imensa parcela da população brasileira. Mesmo aqueles que se situam um pouco acima da linha de pobreza sobre os quais não operam tão fortemente os fatores econômicos da exclusão, sofrem com a repressão de inúmeras outras demandas cuja satisfação mostra-se prioritária em relação ao turismo. Ademais, existem clivagens relativas a gênero, idade, orientação sexual, porte de necessidades especiais que também operam restringindo os mercados do turismo.

Medidas para contra-arrestar esse estado de coisas são várias. Dependem, todavia, primeiro da valorização político-institucional do turismo por parte do núcleo estratégico do governo enquanto campo de atividades privilegiado para prover a inclusão social; segundo, da capacidade de concertação das agências e instâncias de políticas públicas tanto no plano horizontal dos campos de ação específicos, quanto no plano vertical, das relações entre os níveis de governo.

Tanto quanto o estabelecimento de diretrizes que expressam valores, o atendimento a essas condições situa-se num plano superior ao da engenharia das políticas públicas.

Turismo, Valorização da Brasilidade e Construção do Capital Social

Tania Regina Zapata*

Jesús Cámara Zapata**

O Termo de Referência preparado pelo IBAM para a produção do presente artigo aponta, como objetivo geral do mesmo, o pensar no turismo como “locus privilegiado” de congregação de oportunidades e potencialidades capazes de impulsionar transformações sociais, que culminem em legítimos processos inclusivos. E, como estratégia para alcançar este objetivo, propõe que o desenvolvimento turístico se ancore nos conceitos de brasilidade e capital social.

Talvez seja um objetivo demasiado ambicioso para o contexto e o reduzido espaço do presente artigo, já que envolve, ao menos, três relevantes hipóteses de trabalho: A primeira, que o nosso país tem dotações de recursos naturais e culturais e condições objetivas para desenvolver um setor turístico de tal porte que venha a ser capaz de determinar o seu próprio desenvolvimento socioeconômico. A segunda, que o setor turístico poder congrega, de maneira privilegiada, as potencialidades e oportunidades capazes de promover processos de inclusão social. E, a terceira, que a estratégia apropriada para que o setor turístico venha a promover maior inclusão social, consiste em ancorar o seu desenvolvimento nos conceitos de brasilidade e de capital social.

Na dificuldade de responder a todos esses desafios, o presente artigo limita o seu escopo ao fornecimento de

*Socióloga, consultora do PNUD e do IADH, especialista em Desenvolvimento Local.

**Economista e consultor internacional em turismo.

conceitos, informações e reflexões que ajudem a alimentar os debates que serão suscitados no evento e, assim, poder contribuir aos “diálogos do turismo por uma via de inclusão”.

Conforme solicitado no Termo de Referência, o artigo é estruturado em duas partes. Na primeira, são abordadas as principais questões do escopo do trabalho, notadamente as possibilidades e os limites das estratégias para elevar a capacidade de inclusão social do setor turístico brasileiro. Na segunda parte, são sugeridas dez estratégias para valorizar a brasilidade e construir o capital social da cadeia do turismo.

Antes destas duas partes, porém, é apresentado um marco referencial em que, de maneira sucinta, são abordadas algumas questões sobre a natureza e as características das atividades vinculadas à cadeia do turismo e sobre as suas possibilidades de gerar inclusão social.

A forma de apresentação do texto – o mais itemizada possível – tem o propósito de apoiar a sua discussão, permitindo centrar o seu foco em questões específicas facilmente identificáveis no texto.

1. Marco referencial

Natureza e características das atividades do turismo

Natureza das atividades

- Sob a ótica do turista, as finalidades da sua viagem são, basicamente, de natureza recreativa – descanso, lazer, férias etc. – e, em grau menor, de natureza profissional.

- O turismo facilita o conhecimento de outros países, permite entrar em contato com outros povos e, promove intercâmbio entre culturas diferentes.
- Mas, as suas atividades são de natureza econômica e estão voltadas para a atração, a prestação de serviços e a satisfação das necessidades dos turistas.

Importância e dinamismo do setor

- Desde 1987, o setor turístico se converteu no primeiro setor econômico – com uma participação de 12% no PIB mundial – e naquele com crescimento mais espetacular: o seu fluxo turístico internacional aumentou de 25 milhões, em 1950, para 694 milhões em 2003. E a sua receita turística, de U\$ 2,1 bilhões, em 1950, para 514,4, em 2003.
- Estima-se que o turismo internacional representa menos de 20% do turismo mundial, ou seja, o mercado turístico doméstico equivale a mais de quatro vezes o porte do mercado turístico internacional.

Faz parte da base econômica

O turista, por definição, realiza os seus dispêndios fora do lugar em que reside. Nos espaços turísticos receptivos, portanto, a receita turística é gerada por dispêndios de pessoas que não residem neles. Assim, as atividades vinculadas ao turismo são atividades de exportação, *in loco*, de bens e de serviços produzidos localmente.

Transbordamento econômico

O turismo gera receitas turísticas diretas, através dos dispêndios dos turistas. Mas gera, também, receitas indiretas, através das compras realizadas pelas empresas do setor

turístico aos seus fornecedores, e receitas induzidas, geradas pelo efeito multiplicador das receitas diretas e indiretas sobre o resto da economia. Portanto, o conjunto das atividades vinculadas à cadeia do turismo tem um elevado poder de alavancagem sobre o desenvolvimento econômico.

Indutor de desenvolvimento local

O desenvolvimento turístico de um território tem como base o potencial turístico dos seus ativos endógenos – naturais e culturais – que constituem, por isso mesmo, a sua oferta primária de recursos turísticos. Neste sentido, o turismo pode ser utilizado como eixo estratégico do desenvolvimento local, nos territórios vocacionados para este setor.

Baixo custo de oportunidade

O elemento básico que fundamenta o produto turístico é o território, as suas condições climáticas, a sua ambiência, a sua ocupação, o seu património histórico. E a maioria dos insumos turísticos do território utilizados na oferta e no consumo do produto turístico não tem uso econômico alternativo, o que confere ao seu uso pelo turismo, um baixo custo de oportunidade.

Atividades *intensive* trabalho

A maioria das atividades da cadeia do turismo são *intensive* trabalho, com baixa densidade de capital. É, portanto, um setor com elevado potencial para a geração de novas oportunidades de trabalho produtivo no território.

Capacidade de inclusão social

As características do setor turístico já assinaladas – base endógena do seu desenvolvimento, baixo custo de

oportunidade e capacidade de geração de oportunidades de trabalho – convertem o turismo num dos setores econômicos com maior capacidade de gerar inclusão social.

Possibilidades e limites do desenvolvimento turístico como estratégia de promoção da inclusão social

Possibilidades

As possibilidades de contribuição do desenvolvimento turístico à geração de inclusão social estão vinculadas às suas características, a maioria delas já citada anteriormente:

- A dependência do setor em relação aos recursos endógenos do território. O turismo empodera o território. Quem quiser usufruí-lo, terá de visitá-lo, vivenciá-lo e consumi-lo. E, por tanto, realizar dispêndios nele.
- A sua capacidade de transformar o meio ambiente e a cultura locais em ativos estratégicos de desenvolvimento.
- A sua maior dependência dos atores locais – *vis-a-vis* de outros setores econômicos – que os empodera e lhes aumenta a sua capacidade de participar nos processos decisórios locais.
- A natureza intensivo trabalho que caracteriza a maioria das suas atividades.
- As possibilidades de emprego de mão-de-obra local como fator de agregação de valor turístico.
- O elevado transbordamento da receita turística sobre o território em que o espaço receptivo se localiza.

- O estímulo ao empreendedorismo local induzido pela demanda turística no destino receptivo.
- A participação de organizações das comunidades locais na conservação dos espaços localizados no entorno dos atrativos e dos espaços de visitação turística.

Limites

- As atividades de alguns elos nobres da cadeia do turismo freqüentemente se localizam fora do espaço receptivo do destino turístico, tais como, as atividades de captação turística, através de operadoras e agências de viagens emissivas e o transporte aéreo entre os espaços emissivos e os destinos receptivos.
- Baixa participação da massa salarial sobre o valor agregado, em algumas das atividades estratégicas da cadeia do turismo, notadamente nos meios de hospedagem de grande porte.
- O turismo de simples visitação a um atrativo turístico, derivado de outro destino receptivo, quase não agrega valor econômico – nem promove, portanto, inclusão social – ao território onde se localiza o atrativo.
- As características da demanda turística do mercado doméstico – baixo nível médio de renda e hábito de hospedagem em casas de amigos e parentes – restringem, significativamente, a sua capacidade de transbordamento econômico sobre o território.
- A baixa capacitação dos agentes econômicos locais tende a reduzir a sua capacidade de resposta aos estímulos gerados pela demanda turística e, por vias

de consequência, a diminuir, também, o poder de alavancagem do turismo sobre o desenvolvimento econômico e social do território.

- O baixo nível de organização das comunidades locais – capital social – pode frustrar a sua participação nos processos de preservação dos atrativos turísticos e de outros espaços de visitação turística.
- A natureza empresarial das atividades vinculadas à cadeia do turismo e a rigidez que caracteriza as variáveis determinantes da sua viabilidade econômica e turística – localização, dotação e qualificação dos seus insumos turísticos, e competitividade dos seus produtos entre outras – não favorecem, em princípio, a capacidade de inclusão social do turismo.
- Finalmente, o principal limite ao desenvolvimento turístico como estratégia de promoção da inclusão social reside na sua dificuldade de alcançar um porte compatível com as dimensões socioeconômicas do território. Para gerar inclusão social significativa, o turismo tem que gerar desenvolvimento produtivo similar ou maior. E, para tanto, é necessário que o território tenha uma dotação de recursos turísticos e umas condições de desenvolvê-los compatíveis com o porte do destino turístico que se pretende alcançar.

Duas referências internacionais de desenvolvimento turístico

A análise sumária das experiências de desenvolvimento turístico da Espanha e do México podem contribuir a apreender melhor a importância que tem o porte de setor turístico e as condições objetivas para a sua promoção, tanto sobre a alavancagem do desenvolvimento econômico de

um país como sobre a capacidade de gerar inclusão social para a sua população.

A experiência espanhola

Resultados alcançados

- Em 1950, a Espanha, em pleno regime franquista, era um país praticamente ausente do circuito turístico internacional. Neste ano estará superando os 55 milhões de turistas, frente a uma população estimada em 42 milhões de pessoas.
- Neste ano, o fluxo turístico estará gerando uma receita cambial de mais de U\$ 45 bilhões, a segunda maior entre os países receptivos, logo atrás dos Estados Unidos.
- Existe unanimidade dos analistas em apontar o crescimento turístico como o eixo determinante do extraordinário desenvolvimento econômico da Espanha, nas últimas quatro décadas.
- Não existem dúvidas, também, sobre o impacto que teve o crescimento do turismo sobre a inclusão social, na Espanha. Mas, este impacto foi mais indireto e menos relevante, que sobre o desenvolvimento econômico.

Fatores explicativos

- O processo de desenvolvimento turístico da Espanha foi iniciado num contexto excepcionalmente favorável: *boom* do turismo massivo de sol e praia, acessibilidade da Espanha para os ricos mercados da Europa Central e Nórdica e condições de competitividade na qualidade e no preço dos seus produtos.

- A natureza do fluxo turístico recebido – famílias de elevado padrão de renda que iam passar as férias nas suas praias – e a sua contribuição à geração de uma elevada receita turística
- Praticamente, todos os benefícios gerados pelo turismo foram internalizados, gerando grande transbordamento econômico e social sobre o território espanhol.
- O processo de desenvolvimento turístico da Espanha foi gerado num contexto sociopolítico amplamente favorável: marcantes transformações políticas, sociais e culturais, e aporte maciço de capitais gerados, primeiro, pelos emigrantes espanhóis aos países mais ricos da Europa e, depois, pelos recursos orçamentários da UEE (União Européia).

A experiência mexicana

Resultados alcançados

- O México é, de longe, o principal país receptivo da América Latina, com um fluxo turístico anual de quase vinte milhões de turistas.
- É, também, o país da América Latina com maior receita cambial gerada pelo turismo (próxima a U\$ 10 milhões).
- O setor turístico contribuiu, de modo positivo, ao desenvolvimento econômico do país, principalmente pela sua contribuição à balança de pagamentos.
- Teve um papel relevante no processo de descentralização da ocupação e desenvolvimento dos territórios do litoral, mas ainda de um modo incipiente e pontual, através dos centros turísticos integralmente planejados.

- Teve um papel menor na sua contribuição à geração de inclusão social.

Fatores explicativos

- O processo de desenvolvimento turístico do México foi iniciado num contexto turístico propício, mas menos favorável do que na Espanha. O seu principal mercado, EEUU, tinha menor porte, maiores dificuldades de acessibilidade e alternativas nacionais de destinos de praia.
- O porte alcançado pelo setor turístico do México – em relação à dimensão da sua economia – foi comparativamente menor do que na Espanha, razão esta que explica o menor grau de contribuição do turismo ao desenvolvimento socioeconômico do México.
- A estratégia adotada para o desenvolvimento turístico do país – criação de centros turísticos integralmente planejados – facilitaram a atração do turismo internacional mas dificultaram e delimitaram a difusão dos benefícios econômicos e sociais pelo país.
- As atividades estratégicas da cadeia turística ficaram nas mãos de empresas internacionais.
- E, final e principalmente, no México, a dimensão e a profundidade da exclusão social eram incomparavelmente maiores e de maior dificuldade de superação do que na Espanha.

2. O desenvolvimento turístico como estratégia de inclusão social no Brasil

Esta parte tem como foco o próprio escopo central do artigo e nele são abordados, seguidamente, a contribuição que o

setor turístico tem dado à inclusão social, as possibilidades e limites das estratégias propostas para elevar a capacidade de inclusão social do setor turístico e os processos de promoção das referidas estratégias.

2.1 Contribuição do Setor Turístico do Brasil à Promoção da Inclusão Social

A quase totalidade de informações disponíveis no Brasil sobre o setor turístico dizem respeito aos seus fluxos turísticos. Estão disponíveis, também, mas em menor número, informações econômicas relacionadas com o turismo. No entanto, são raras, dispersas e pontuais as informações relativas aos impactos sociais do turismo, o que dificulta identificar o grau de contribuição do setor turístico do Brasil à promoção de inclusão social.

Contribuição Geral

- Vis-a-vis de outros setores da economia brasileira, existe consenso generalizado de que o setor turístico tem características diferenciadas – tais como a natureza intensiva trabalho da maioria das suas atividades e as possibilidades de emprego de mão-de-obra local – que o tornam potencialmente capaz de contribuir à promoção da inclusão social no país.
- Mas, ao mesmo tempo, não tem sido apontado como um setor que, efetivamente, tenha dado uma contribuição histórica à promoção da inclusão social no país.

Fatores Explicativos

Porte e Concentração do Turismo Receptivo Internacional

- O fluxo turístico receptivo externo alcançou o número de 4.1 milhões de pessoas, em 2003, o que

representou uma participação marginal de apenas 0,6% sobre o mercado internacional.

- Aquele fluxo gerou uma receita turística de U\$ 3,4 bilhões, alcançando uma participação de apenas 0,7% sobre a receita total gerada no mercado turístico internacional.
- O turismo receptivo internacional se concentra nos estados mais ricos do país – e, principalmente nas suas capitais. Quatro estados, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná receberam 88% do fluxo turístico internacional, em 2003.

As características do mercado doméstico

- Baixo nível de renda dos turistas do mercado doméstico: Em 2001, 52% destes turistas tinham uma renda média mensal igual ou inferior a quatro salários mínimos.
- Baixa capacidade de dispêndios com turismo: em 2001, o dispêndio médio diário por turista foi de apenas R\$ 23,50.
- Hábitos de hospedagem: Em 2001, quase a metade dos turistas do mercado doméstico se hospedaram em casa de amigos e parentes.
- A participação do mercado turístico doméstico na formação do PIB do Brasil é estimada entre 2 e 2,5%.
- Forte concentração espacial, mesmo que em menor grau do que o turismo internacional. Os quatro estados com maior participação no mercado receptivo – São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia – absorveram quase 55% do fluxo turístico total do mercado interno, em 2001.

Contribuição em regiões e destinos especiais

Para a região Nordeste, o turismo vem tendo uma importância comparativa maior:

- No Nordeste, o PIB turístico gerado pelo mercado doméstico vem tendo uma participação estimada de 6,5% sobre o PIB regional (no Sudeste, esta participação é estimada em 1,8%).
- O Nordeste, como lugar de férias, vem assumindo, gradativamente, em relação ao resto do Brasil, o mesmo papel que, no passado, desempenharam os países do Mediterrâneo, em relação ao mercado dos países do Centro e Norte da Europa.
- O setor turístico, portanto, vem assumindo um papel de transferência de renda – e de emprego – dos estados mais ricos do Sul e Sudeste do Brasil, para os estados mais pobres do Nordeste.

Para destinos turísticos consolidados já tradicionais ou mais recentes, tanto de interior (serra gaúcha e destinos de serra próximos a São Paulo e Rio de Janeiro) como de litoral (em Santa Catarina, Rio de Janeiro e no litoral nordestino), o turismo é a base da sua economia e a principal fonte de emprego – direto e indireto – e de renda para a sua população.

Contribuição específica para grupos sociais excluídos

As informações secundárias disponíveis não revelam contribuições diretas significativas do turismo à inclusão social de grupos marginalizados. No entanto, o desenvolvimento do setor turístico, no passado recente, tem

beneficiado agentes e grupos sociais de menor poder aquisitivo, tais como:

- Moradores que residem no entorno de destinos turísticos de praia tem aumentado as suas oportunidades de trabalho em atividades auxiliares compatíveis com o seu grau de capacitação.
- Produtores de artesanato, grupos culturais e colônias de pescadores próximos a destinos turísticos tem visto ampliada a demanda por seus produtos.
- Pessoas que trabalham em atividades periféricas da cadeia do turismo, como motoristas de táxi, guias informais, vendedores ambulantes e outros, têm-se beneficiado com a demanda gerada pelo incremento dos fluxos turísticos.
- O crescimento – mesmo que em nível incipiente – de segmentos turísticos alternativos como turismo rural e turismo de natureza, vem contribuindo à desconcentração dos fluxos turísticos e à conseqüente geração de oportunidades novas de trabalho em áreas de interior carentes de oportunidades.

Ambivalência de contribuição de atividades induzidas pelo Poder Público

- A promoção do turismo de eventos, tão ao gosto de estados e municípios e apesar dos seus impactos aparentemente espetaculares gera resultados imediatos ambivalentes – os custos de promoção e o desconsumo que gera em outros pontos comerciais superam, com freqüência, o consumo induzido – e não ajudam a criar condições de sustentabilidade para os destinos turísticos que se tenta promover.

- O turismo de visitação a cidades ou atrativos turísticos – promovido por intermédio de festejos e outros incentivos – tem um poder muito reduzido de contribuição ao seu desenvolvimento, quando não acompanhado da implantação de meios de hospedagem. O turismo de simples visitação, sem pernoite, gera apenas dispêndios turísticos marginais.

Balanco conclusivo

- A baixa contribuição do setor turístico brasileiro à promoção da inclusão social pode ser atribuída, em parte, à ausência de políticas públicas voltadas para o setor turístico com o objetivo específico de incrementar a sua capacidade de inclusão social.
- Mas, nas condições brasileiras, deve ser atribuída, de modo determinante, à incapacidade dos agentes envolvidos na cadeia do turismo – privados e públicos – de aproveitar o potencial da sua dotação e diversidade de recursos para construir um setor turístico, de parte tal, que o credencie a alavancar o desenvolvimento econômico e social do país.

2.2 Possibilidades e limites das estratégias para elevar a capacidade de inclusão social do setor turístico

Consoante o balanço conclusivo precedente, a elevação da capacidade de inclusão social do setor turístico deveria passar por uma estratégia global formada por duas vertentes:

- Uma vertente principal, focada na elevação do porte do setor turístico brasileiro, com base no potencial dos seus recursos turísticos tanto para o mercado internacional como para o mercado doméstico.

- Uma vertente complementar focada no apoio e incentivo às atividades dos segmentos turísticos que, pela sua natureza, tem maior capacidade específica de inclusão social.

No entanto, aqui serão abordados, apenas, as potencialidades e os limites da brasilidade e do capital social, como âncoras de um desenvolvimento turístico gerador de inclusão social, conforme aponta o Termo de Referência do presente trabalho. Na verdade, a estratégia de desenvolvimento turístico ancorada na brasilidade e no capital social permeará as duas vertentes da estratégia global acima assinalada. Servirá, tanto para apoiar o desenvolvimento turístico em si, quanto para aumentar a sua capacidade de inclusão social.

A brasilidade como âncora do desenvolvimento turístico

O conceito de brasilidade

Não existe consenso estabelecido sobre o conceito de brasilidade, no contexto do mercado turístico. Para efeitos do presente artigo, a brasilidade envolve, entre outros, os seguintes componentes:

- *Na dimensão físico-territorial:*
 - A sua dimensão continental.
 - A diversidade climática, geográfica e geoambiental presente no país continente.
 - Os seus tradicionais e conhecidos atrativos turísticos (Amazônia, Foz de Iguaçu e Pantanal), marcados pela abundância de água doce, elemento estratégico para a sobrevivência do planeta.

- O seu litoral de praias tropicais, ainda surpreendentemente pouco conhecidas nos espaços emissores do mercado internacional.
- *Na dimensão histórica e cultural:*
 - A sua formação histórica, com a fusão de três raças e a contribuição posterior das migrações da Europa e da Ásia.
 - A sobrevivência de comunidades tradicionais com preservação relativa da sua identidade cultural.
 - As suas expressões culturais mais conhecidas e reconhecidas: música, dança, carnaval e futebol.
 - A terra da convivência de civilizações, característica da brasilidade de elevado valor estratégico, num mundo marcado pelo choque crescente entre civilizações.
- *Na forma brasileira de ser*
 - Simpático, acolhedor, comunicativo (como a maioria dos povos latinos).
 - Sensível, intimista, doce (como talvez nenhum povo latino seja).
 - Intuitivo, criativo, surpreendente, dá vida nova a cada novo dia.
 - Tranquilo, irônico, autogozador, desdramatiza o lado negativo do cotidiano.

A Brasilidade perante o mercado turístico internacional

Potencialidades

Entre os atributos da brasilidade, aqueles que têm ou podem vir a ter maior capacidade de atração turística sobre o mercado internacional são:

- O Brasil continente, terra das diversidades climático-ambientais, raciais, culturais e visuais.
- O Brasil terra das águas e do verde: o maior rio, o maior litoral tropical, o pulmão do planeta.
- O Brasil, terra de convivência de civilizações, berço do novo mundo que é possível.
- O jeito brasileiro de ser, um canto à celebração da vida.
- A sua voz, o seu som, a sua expressão corporal, o seu futebol.

Impactos potenciais

A efetiva e eficiente exploração dessas potencialidades no mercado internacional poderá gerar, entre outros, os seguintes impactos principais:

Sobre o desenvolvimento turístico do Brasil

- Reposição do produto Brasil no mercado internacional, com uma imagem nova, verdadeira e, por isso mesmo, mais rica e atraente.
- Conexão do Brasil com os segmentos turísticos mais dinâmicos do mercado internacional e com o segmento convencional de praia onde o país ainda não está suficientemente posicionado.
- Inserção definitiva do Brasil no mercado turístico internacional, como destino receptivo relevante e de oferta diversificada e de qualidade.
- Desenvolvimento do turismo receptivo internacional, em novos patamares – para alcançar 10, 20 milhões de turistas, em médio e longo prazos – tornando-o setor estratégico para o próprio desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Sobre a capacidade de inclusão social do turismo

- Salto para patamares mais elevados da receita e do emprego geradas pelo turismo internacional.
- Descentralização espacial – com interiorização – e melhor distribuição territorial da receita e do emprego gerados pelo turismo internacional.
- Maior e melhor distribuição sobre o território, do transbordamento econômico gerado pela demanda turística internacional.
- Ampliação das oportunidades de obtenção de renda nas comunidades tradicionais (sociedades indígenas e comunidades quilombolas) geradas (1) pelo incremento da visitação turística (de fluxos derivados de destinos turísticos próximos), (2) pelo incremento da produção e comercialização (nas próprias comunidades ou nos destinos turísticos próximos) de produtos e utensílios de seu uso tradicional e (3) pela transferência de recursos por parte do *trading* turístico e/ou governos locais, por conta da sua contribuição ao incremento do poder de atração do destino (espécie de pitada adicional de sofisticação e exotismo) e ao incremento da permanência média do turista no destino.

Limites

As potencialidades da brasilidade tem, evidentemente, os seus limites entre os quais, cabe salientar:

Limites no seu potencial de desenvolvimento turístico

- Limites à expansão da demanda turística internacional derivados de sua posição geográfica no mercado: Distante dos principais centros emissores do mercado internacional (Europa, Estados Unidos e Japão) e

reduzida capacidade emissora dos países vizinhos (à exceção da Argentina).

- Limites à descentralização espacial e à criação de novos destinos receptivos nacionais, por conta dos custos adicionais envolvidos no seu planejamento e na implantação da sua infra-estrutura e nas dificuldades de manutenção de uma ambiência de segurança, em todos eles.

Limites na sua contribuição ao incremento da capacidade inclusiva do turismo

- Caráter privado das atividades vinculadas à cadeia do turismo. Os seus empreendedores podem ter visão solidária. Mas o seu foco básico se manterá na conquista do mercado e na maximização dos benefícios próprios.
- A ambiência socioeconômica e institucional, nos espaços receptivos (como reflexo do quadro nacional) não favorecem a capacidade de inclusão social do turismo: salários baixos, baixa participação da massa salarial no valor agregado e baixa contribuição fiscal (por concessão de incentivos ou por sonegação consentida).
- Reduzido valor agregado no turismo de simples visitação a atrativos turísticos.
- Os limites à inclusão social de comunidades tradicionais, pelo turismo, podem ter a sua origem, tanto na demanda – ainda incipiente e pontual, dificultando a formação de fluxo regular de turistas e, portanto, de renda – como em formas inadequadas de oferta – que podem redundar na exploração do “produto” por empresários inescrupulosos ou na aculturação perversa das próprias comunidades.

A brasilidade perante o segmento do mercado doméstico formado por pessoas com hábito de viajar ao exterior

Possibilidades

Promover e valorizar atrativos turísticos da brasilidade – de interesse nacional – com potencial de atração para este segmento mais nobre da demanda turística doméstica, cabendo salientar:

- Praias tropicais do Nordeste dotadas de modernos equipamentos hoteleiros.
- Cruzeiros marítimos no litoral do Nordeste (incluindo a ilha de Fernando de Noronha) e do Sul/Sudeste.
- Espaços receptivos e roteiros turísticos na Amazônia, no Pantanal e em Foz de Iguaçu.
- Roteiros turísticos envolvendo cidades históricas de Minas Gerais e do Nordeste.
- Destinos e roteiros de natureza de maior poder de atração: Chapadas do Planalto Central, Serras do Sul, Região dos Lagos do São Francisco, Sítios Arqueológicos de elevado valor histórico (como Serra da Capivara).

Impactos potenciais

- Poderá desviar, para o mercado nacional, fluxos turísticos e recursos que seriam normalmente direcionados para destinos turísticos externos.
- Portanto, aumentará a receita e o emprego gerados pelo mercado doméstico.

- Ajudará a promover distribuição de renda, dentro do país, das regiões mais ricas – basicamente emissoras – para as regiões mais pobres – basicamente receptoras (sobretudo o Nordeste).

Limites

- A carência de destinos e atrativos turísticos nacionais aparelhados para receber um segmento turístico extremamente exigente em sofisticação e qualidade.
- Distâncias significativas entre os espaços emissores do Sul/Sudeste e os espaços receptoras do Norte/Nordeste que oneram estas viagens turísticas e lhe tiram competitividade vis-a-vis de destinos turísticos mais próximos (localizados nas próprias regiões Sul/Sudeste) e até de destinos internacionais localizados no cone sul (Buenos Aires, Bariloche e Punta del Este, entre outros).
- A inclusão social gerada por este segmento do mercado doméstico, ancorado na brasilidade, será indireta, ou seja, através do incremento provocado na receita turística e no emprego.

A brasilidade perante o segmento mais popular do mercado doméstico

Potencialidades

- O segmento popular do mercado doméstico é formado por mais de vinte milhões de turistas.
- É um segmento com elevado potencial de crescimento, tanto pelo incremento esperado da renda desta população como pela sua elevada propensão marginal ao consumo de bens e de serviços turísticos.

- É um segmento do mercado doméstico com menor grau de exigência em relação ao valor turístico dos atrativos, o que permite multiplicar a promoção de atrativos turísticos de âmbito regional e local.
- Entre os atrativos turísticos da brasilidade que poderão ser promovidos para visitação turística deste segmento do mercado doméstico, cabe assinalar:
 - Atrativos de valor histórico próximos ao lugar de residência.
 - Atrativos naturais próximos do lugar de residência: cachoeiras, lagos, rios, microclimas, acidentes geográficos e outros.
 - Cidades próximas ricas em artesanato e outros bens culturais.
 - Eventos e festejos de âmbito regional e até local.
 - Comunidades tradicionais: sociedades indígenas, comunidades quilombolas e colônias de pescadores.

Impactos potenciais

- Aumentará, de modo direto, o fluxo turístico, a renda gerada e o emprego. Em geral, as atividades voltadas para os turistas com menor nível de renda são mais geradoras de emprego.
- Diversificará e desconcentrará, espacialmente, a oferta turística para o mercado doméstico.
- Portanto, ajudará a promover uma desconcentração espacial dos fluxos turísticos, da renda e do emprego gerados pelo turismo.

- Deverá incorporar na sua oferta turística, recursos, produtos e serviços de segmentos sociais marginalizados que favorecerão a sua inclusão social.

Limites

- Reduzido poder de gastos turísticos das pessoas que compõem este segmento do mercado doméstico.
- Caráter pontual/sazonal de boa parte das atividades envolvidas neste segmento turístico e dificuldade conseqüente de gerar fluxos regulares de turistas e, portanto, de trabalho e renda para as pessoas que trabalham nelas.
- Como em qualquer outra atividade, também neste segmento turístico, parte significativa da renda turística gerada será apropriada por agentes econômicos mais articulados e capitalizados, reduzindo a sua capacidade de inclusão social.

O capital social como âncora do desenvolvimento turístico

O capital social na cadeia do turismo

Baixo nível de capital social

Como é sabido, o nível do capital social de um país, de modo geral, é diretamente proporcional ao nível do exercício de sua cidadania e de sua democracia participativa.

Não é o único fator explicativo. Mas o longo período do regime militar pelo que passou o Brasil, na segunda metade do século passado, certamente contribuiu para obstaculizar e retardar a construção do seu capital social.

- Assim como em outros setores econômicos, também no setor turístico se refletiu o incipiente capital social do país.

Principais manifestações

- Ausência de relações de cooperação entre os agentes dos diferentes elos da cadeia do turismo. As empresas vinculadas a um determinado elo visualizam as empresas vinculadas aos outros elos da cadeia, não como potenciais parceiros, mas como concorrentes que podem disputar-lhe parte do valor agregado no conjunto do setor. A disputa e a desconfiança tem sido mais acirradas entre operadoras e agências de viagens, de um lado, e meios de hospedagem, do outro.
- A falta de confiança e a recusa à cooperação tem estado presentes, também, entre as empresas de um mesmo elo da cadeia do turismo. No setor hoteleiro este quadro gera relações quase selvagens como, acordos sistematicamente violados por baixo do pano ou aviltamento de tarifas, na baixa estação, por parte dos hotéis de categoria superior, para eliminar do mercado meios de hospedagem de categoria inferior.
- Desconsideração do papel e das possibilidades de cooperação dos agentes mais frágeis da cadeia turística (pequenos fornecedores, pequenos comerciantes, guias informais, motoristas de táxi e outros), por parte das empresas turísticas de maior porte.
- Baixo grau de organização dos referidos agentes, assim como das comunidades localizadas no entorno dos atrativos turísticos e conseqüente reduzido grau de cooperação entre eles.
- A desconfiança e a falta de cooperação sincera tem inibido, também, a formação do capital

socioinstitucional. Os poderes públicos tendem a instrumentalizar politicamente o seu apoio eventual aos agentes do setor turístico. E, como consequência, os programas e projetos que explicitam este apoio duram tanto quanto a própria administração que os formula. Na administração seguinte, viram papel molhado.

Impactos negativos gerados

- Não parece exagero afirmar que o baixo nível de capital socioinstitucional na cadeia do turismo foi fator determinante pelo reduzido porte alcançado por este setor no Brasil, tanto quando comparado com outros destinos do continente americano como, sobretudo, quando comparado ao potencial turístico da sua oferta primária de recursos.
- Tem impactado, negativamente, também, a capacidade de inclusão social do setor. De maneira indireta, pela baixa expressão econômica alcançada pelo turismo e, de maneira direta, pela reduzida incorporação de agentes vinculados a atividades periféricas da cadeia do turismo.

Evolução recente

No passado recente houve mudanças positivas que estão ajudando a ampliar, ainda que de modo tímido, o capital socioinstitucional da cadeia turística:

- O PRODETUR, lançado pelo Governo Federal, envolve, também, as outras esferas do poder, assim como os agentes da cadeia do turismo presentes nas suas áreas de atuação e as próprias organizações sociais das comunidades locais. E o que é mais relevante, o

programa conseguiu perpassar varias administrações públicas sem mudanças de caráter partidário.

- Já parece estar consolidado um processo de crescente participação e eventual cooperação entre os agentes dos principais elos da cadeia do turismo, através de congressos nacionais celebrados anualmente.
- Foram criadas novas institucionalidades de caráter local – os conselhos de desenvolvimento turístico – e regional – como a CTI Nordeste – que estão ajudando a ampliar o capital socioinstitucional da cadeia do turismo.
- Nos destinos turísticos mais desenvolvidos têm-se criado associações de empresários vinculados ao setor para, em conjunto, promover a sua ampliação e sustentabilidade.
- Em alguns destinos começam a emergir – de maneira ainda tímida – relações de cooperação entre operadoras de receptivo e hotéis de maior porte, de um lado, e agentes de empresas de menor porte, do outro. O contrato de *day use* com pequenos hotéis localizados no meio rural constitui um bom exemplo.

As possibilidades de aumentar o capital social na cadeia do turismo

São inúmeras as possibilidades de aumentar o capital social da cadeia do turismo, através de ações concretas, concebidas e implementadas de maneira concertada. A seguir, são relacionadas algumas dessas possibilidades:

- Ajudando a construir uma ambiência social de confiança e de cooperação entre os agentes dos principais elos da cadeia turística nacional para pactuar estratégias partilhadas de apoio ao desenvolvimento do setor turístico.

- Ajudando a reproduzir essa ambiência entre os agentes presentes em destinos turísticos relevantes do país, para reforçar a sua cooperação e fortalecer a expansão dos mesmos.
- Apoiando a geração de parcerias entre empresas receptoras de grande porte – operadoras e hotéis, principalmente – e pequenas empresas com reduzido poder de captação de turistas – de segmentos turísticos alternativos e/ou incipientes – mas com possibilidades de ofertar produtos turísticos complementares.
- Estimulando, nos destinos turísticos, relações de confiança e de cooperação com os agentes vinculados às atividades periféricas da cadeia do turismo.
- Estimulando a participação das comunidades localizadas no entorno dos atrativos turísticos: na conservação e proteção ambiental do entorno territorial, e na formação de uma ambiência social que favoreça as relações de convivência com os turistas.

Impactos potenciais

Sobre o desenvolvimento do setor turístico

- Facilitará o aumento dos investimentos realizados na cadeia do turismo, pelo aporte de recursos próprios das empresas nacionais, pelos financiamentos obtidos junto aos bancos oficiais e pela atração de recursos privados internacionais.
- Aumentarão as possibilidades de formação de parcerias entre investidores – proprietários de áreas e investidores nacionais privados e/ou institucionais – empresas administradoras de meios de hospedagem e

operadoras com presença marcante nos principais espaços emissores do mercado internacional.

- Ajudará a fortalecer os elos estratégicos da cadeia turística brasileira (operadoras, administradoras e redes hoteleiras).
- Propiciará o desenvolvimento e consolidação dos principais destinos turísticos emergentes, pela sinergia criada com a ampliação do capital social nos seus territórios.
- Facilitará o desenvolvimento de segmentos turísticos alternativos que, no presente, enfrentam dificuldades de acesso ao mercado.
- Propiciará uma maior integração entre os diferentes elos da cadeia turística brasileira.

Sobre a sua capacidade de inclusão social

- De modo geral, a partir dos benefícios gerados pelo fortalecimento e desenvolvimento do setor turístico: Ampliação da receita turística e do seu transbordamento econômico sobre o território, maior valor agregado e maiores oportunidades de trabalho.
- Ajudará a criar novas oportunidades de trabalho e de renda para as comunidades do interior, através da expansão de segmentos turísticos alternativos, como o turismo rural, o turismo de natureza e o turismo de visitação a comunidades tradicionais.
- Ampliará as oportunidades de mercado para pequenos fornecedores que ajudam a complementar a oferta dos destinos turísticos (artesãos, pequenos produtores de comidas e bebidas e outros).

- Criará oportunidades de incremento de renda para pequenos agentes já incluídos, de maneira periférica, na cadeia dos atuais destinos turísticos do país (guias informais, motoristas de táxi, vendedores ambulantes e outros).
- Ajudará a criar oportunidades de trabalho e de renda para comunidades localizadas no entorno dos atrativos turísticos, pelas suas possibilidades de participação na preservação ambiental dos espaços receptivos.

Limites

As possibilidades de ampliação do capital social e do seu potencial para o desenvolvimento turístico mais inclusivo têm limites e restrições. Entre eles, cabe salientar:

- A fragilidade da presença de empresas nacionais em elos estratégicos da cadeia do turismo, especificamente:
 - As operadoras nacionais estão focadas basicamente no mercado interno e no emissivo para o mercado internacional.
 - Não existem empresas nacionais especializadas em administração de hotéis de categoria internacional.
 - Não existem redes hoteleiras brasileiras de porte nacional. As que existiam no passado definharam e as poucas novas que surgiram só têm como vínculo a sua pertinência a um determinado grupo econômico.
- O enraizamento de uma cultura tradicional em parte significativa dos empresários que atuam há muito tempo no segmento de hotelaria:

- Empresários fechados nos negócios de família
 - Desconfiados e não cooperantes
 - Desatualizados em técnicas modernas de gestão
 - Desarticulados do mercado
 - Sem visão de futuro
- Forte enraizamento da “partidarização” do poder nas administrações públicas que acabam contaminando as políticas públicas e solapando a sua credibilidade perante a sociedade civil, em geral e, de modo específico, perante os agentes estratégicos da cadeia do turismo.
 - Baixa capacitação de atores e frágil nível organizacional de segmentos em que atuam, que dificultam a sua participação na cadeia do turismo e, como consequência, inibem a capacidade de inclusão social do setor. Cabe citar, especificamente: os segmentos turísticos alternativos de formação ainda recente, as comunidades tradicionais, os pequenos fornecedores complementares de bens e serviços, os agentes inseridos de modo precário em atividades periféricas da cadeia do turismo e as comunidades que residem no entorno dos atrativos turísticos.
 - Riscos reais de tornar parcerias e acordos de cooperação entre agentes da cadeia do turismo com poder extremamente diferenciado, em instrumentos de dominação e exploração dos mais fortes sobre os mais frágeis.
 - Mesmo que estes riscos não se concretizem e mesmo que os agentes mais frágeis da cadeia do turismo venham a ser capacitados e fortalecidos, a sua participação no processo de desenvolvimento turístico

do país sempre terá uma função complementar e não determinante, em função do porte e da natureza dos elos que compõem a cadeia do turismo. Isto permite inferir que:

- A construção do capital social será mais relevante para o processo de desenvolvimento turístico do que para o incremento da capacidade de inclusão social do turismo, e
- A capacidade de inclusão social do turismo, no sentido amplo – criando oportunidades de trabalho, agregando valor e distribuindo riquezas – será maior do que a sua capacidade de inclusão social específica – criando oportunidades de inserção para grupos sociais específicos hoje marginalizados.

Os processos de promoção das estratégias de inclusão social

A promoção da brasilidade

Sob o ângulo da dimensão turística, as duas formas básicas de promoção da brasilidade são: A promoção dos valores turísticos da brasilidade nos principais espaços emissores do mercado turístico internacional e nacional, e o apoio às iniciativas empresariais voltadas para a exploração de produtos/destinos com elevado conteúdo de brasilidade.

Promoção de brasilidade nos mercados emissores

- No bojo do processo de implementação do Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico, o Ministério do Turismo/Embratur poderá promover, em parceria com os principais agentes da cadeia do turismo, a construção de uma nova imagem do destino Brasil

que incorpore os atributos mais marcantes e com maior potencial de atração turística da brasilidade.

- O Ministério do Turismo/Embratur, em parceria com estados, municípios e agentes locais da cadeia turística, poderá promover a reconstrução da imagem dos principais destinos receptivos do país, replicando a imagem geral da brasilidade, mas com a incorporação de elementos que melhor traduzam os valores específicos da brasilidade local.
- Na promoção do país nos mercados externo e interno, junto com a imagem geral da brasilidade, os órgãos oficiais e a iniciativa privada poderão promover os destinos receptivos nacionais com maior conteúdo de brasilidade, maior poder de atração turística e maior capacidade de inclusão social.

Apoio às iniciativas de exploração turística de brasilidade

- O Ministério do Turismo e os órgãos públicos de apoio ao turismo poderão conferir prioridade ao desenvolvimento de novos destinos turísticos que envolvam produtos de brasilidade.
- O Ministério do Turismo, em parceria com estados e municípios e com os agentes locais da iniciativa privada vinculados ao setor, poderá apoiar a reestruturação da oferta turística dos principais destinos receptivos do país, recheando-a de produtos que melhor exprimam a brasilidade local.
- Nas operações de financiamento ao setor turístico, o BNDES e os outros órgãos oficiais de financiamento, poderão conferir prioridade aos projetos que envolvam o uso, a valorização e a exploração turística dos conteúdos da brasilidade.

A construção do capital social

- A ampliação do capital social na cadeia do turismo envolverá um processo de construção pedagógico, como é na maioria dos outros setores produtivos. A confiança – pressuposto para a cooperação e ponto de partida para a construção do capital social – não se impõe. Se conquista. Não depende de pessoas ou instituições individuais, mas de um querer coletivo. Ela exige, por isso mesmo, uma ambiência social propícia que deve ser construída gradativamente. No Brasil, esta não será uma tarefa fácil, porque exigirá mudanças profundas na natureza das relações criadas – e enraizadas – entre os atores estratégicos que participam na cadeia do turismo.
- A construção do capital social poderá ser acelerada através da estratégia de concepção e implementação de projetos coletivos de interesse da maioria dos atores da cadeia do turismo. O processo de implementação do plano nacional de desenvolvimento turístico, pode tornar-se ainda, uma oportunidade singular para a viabilização da referida estratégia.
- O processo de implementação do plano nacional de desenvolvimento turístico deverá ter, como base, o compartilhamento de todos os atores envolvidos, da consciência das potencialidades turísticas da brasilidade.
- Mas, a seguir, será necessário, durante o processo, que os atores envolvidos na cadeia do turismo – públicos e privados – evoluam, da consciência das potencialidades, para a consciência de construção de um projeto comum, ou seja, para a intencionalidade coletiva de aproveitar as oportunidades geradas pela brasilidade.

- No deslanchamento do projeto coletivo terá um papel determinante a construção de uma visão de futuro comum, até como fator de mobilização dos atores para a promoção de pactos que ajudem a realizar as difíceis, mas necessárias mudanças de postura e de comportamento.
- A partir deste ponto, o processo compartilhado de implementação do plano nacional de desenvolvimento turístico irá gerando as condições – de confiança e cooperação entre os atores – que permitirão, a médio e longos prazos, ancorar o turismo brasileiro no seu capital social.
- Este processo, adaptado às condições específicas regionais/locais, poderá ser construído, também, nos principais destinos turísticos do país, assim como nos novos destinos a serem desenvolvidos e ancorados na brasilidade.

3. Estratégias sugeridas

Neste capítulo são sugeridas algumas estratégias de desenvolvimento turístico, ancoradas na brasilidade e no capital social, que visam, por um lado, alcançar novos patamares no porte do setor turístico brasileiro e, por outro lado, conferir-lhe maior capacidade de inclusão social.

A brasilidade e o capital social, como ancoras estratégicas do desenvolvimento turístico tendem a criar sinergias que se complementam. A brasilidade, revelando uma oferta mais rica e diversificada de recursos, permitirá ampliar o potencial de atração turística do país. O capital social, aumentando a coesão e a cooperação entre os atores da cadeia do turismo, ajudará a viabilizar o efetivo aproveitamento do potencial turístico do país. Por esta razão, a maioria das 12 estratégias

sugeridas estão ancoradas, conjuntamente, na brasilidade e no capital social.

Em consonância com as reflexões apresentadas no capítulo anterior, parte das estratégias sugeridas tem como foco o desenvolvimento do setor turístico que, de modo geral, gerará inclusão social. E outra parte, terá como foco o incremento da capacidade de inclusão social do setor turístico, através da inserção, na cadeia turística, de grupos sociais e comunidades mais vulneráveis.

Finalmente, conforme recomendação do Termo de Referência, as estratégias sugeridas têm cronograma diferenciado para a sua implementação. Das 12 estratégias sugeridas, quatro são estratégias para implementação em curto prazo, quatro para implementação em médio prazo e duas para implementação em longo prazo.

O propósito perseguido com estas sugestões é estimular o debate entre os participantes do evento.

3.1 Estratégias de curto prazo

1ª – Construção compartilhada da imagem da brasilidade para o mercado turístico internacional, com implementação associada à segunda estratégia, antecedendo-a, ou independentemente dela.

2ª – Implementação compartilhada – envolvendo, ao menos, os agentes estratégicos vinculados ao setor – do Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico, com estratégia ancorada, de modo crescente, na brasilidade e no capital social.

3ª – Articulação e apoio do Ministério do Turismo aos principais grupos hoteleiros do Brasil para promover a formação de administradoras nacionais de hotelaria, visando o fortalecimento deste elo estratégico da cadeia turística.

4ª – Articulação da EMBRATUR com redes hoteleiras, administradoras e grandes operadoras internacionais – principalmente da Europa – para pactuar e promover uma nova estratégia de promoção turística do destino Brasil – mais barata e eficiente – através do uso dos “Diretórios de Serviços” distribuídos pelas operadoras nas suas redes capilares de agências de viagens, nos espaços emissores

3.2 Estratégias de médio prazo

1ª – Reestruturação compartilhada – envolvendo os órgãos estaduais e locais de turismo e os principais agentes da cadeia turística local – da imagem, da oferta e da promoção dos principais destinos turísticos do país, em consonância com a nova imagem e com o plano nacional de desenvolvimento turístico.

2ª – Promoção compartilhada – Ministério do Turismo/ Bndes/Agentes da cadeia turística – de um programa nacional inovador de financiamento às atividades da cadeia do setor, consoante com as estratégias e prioridades pactuadas no referido plano .

3ª – Estímulo do Ministério do Turismo e dos outros órgãos públicos estaduais e municipais aos hotéis e às empresas de receptivo com atuação nos destinos turísticos, para a celebração de contratos de parceria – de visitação e estadia turística – com as pequenas unidades de setores turísticos emergentes e com comunidades tradicionais localizadas no entorno próximo, em bases justas e sustentáveis, de modo a promover a sua inserção positiva na cadeia do turismo.

4ª – Articulação do Ministério do Turismo e dos órgãos estaduais de turismo com os coletivos dirigentes dos destinos turísticos e com as entidades de capacitação profissional, para promover a capacitação e fortalecer a organização das comunidades tradicionais inseridas nos roteiros turísticos,

das comunidades localizadas no entorno dos atrativos e dos espaços de visitação turística, dos pequenos prestadores de serviços aos turistas e dos pequenos fornecedores das empresas do setor turístico.

3.3 Estratégias de longo prazo

1ª – Articulação do Ministério do Turismo/EMBRATUR e dos órgãos estaduais de turismo com universidades e unidades escolares do ensino médio para promover projetos de visitação turística dos estudantes a atrativos naturais, históricos e culturais de interesse turístico regional e local, localizados no seu entorno próximo.

2ª – Articulação do Ministério do Turismo/EMBRATUR com os agentes da cadeia do turismo para promover e incentivar o turismo receptivo da terceira idade, tanto do mercado doméstico, quanto do mercado internacional, aproveitando as excepcionais condições climáticas do país, principalmente do nordeste, nas estações de baixa frequência turística.

Turismo, Solidariedade e Inclusão

Cristovam Buarque¹

Durante algum tempo, trabalhei com turismo. Fui economista-chefe do setor de avaliação dos projetos de turismo do BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento, em Washington, DC. Trabalhei com alguns projetos grandes na República Dominicana, no México, no Pelourinho, e adquiri gosto pelo setor e consciência da sua importância. Com o tempo, fui levado a outras atividades, mas fiquei surpreso e contente com convite para participar deste seminário *“Diálogos do Turismo – uma viagem de inclusão”*, e apresentar este trabalho. Porque o assunto proposto, *“Solidariedade e inclusão social”*, reúne os principais temas aos quais venho me dedicando atualmente.

Trabalho com inclusão social como político, e com solidariedade como dirigente de uma Organização não-Governamental chamada Missão Criança, que atua para colocar crianças na escola. Além disso, esse convite me permitiu trazer algumas das idéias que venho apresentando e discutindo por todo o Brasil: a adaptação das escolas às exigências do mundo de hoje. Enfim, ao me preparar para vir até aqui e preparar este pequeno texto, percebi nitidamente a relação de meus interesses atuais com o turismo.

Primeiro, gostaria de dizer duas palavras sobre os dois mundos que existem hoje, justamente quando o turismo começa a se desenvolver mais fortemente. Embora o turismo

¹ Senador pelo PDT/DF. Texto preparado com base em palestra proferida no dia 9 de dezembro de 2005, no Hotel San Marco, em Brasília, em evento organizado pelo Ministério do Turismo e pelo IBAM – Instituto Brasileiro de Administração Municipal.

sempre tenha existido, ele só deu um salto de quantitativo e qualitativo depois da II Guerra Mundial. E foi a partir dos anos 50 que ele começou a se desenvolver nos níveis atuais, por duas razões. Primeira, porque havia uma linha dividindo o mundo, a linha da Cortina de Ferro, o Muro de Berlim, que impedia que existisse turismo em todas as fronteiras. Segunda porque os meios de comunicação e de transporte eram muito mais rudimentares, limitados. A indústria de aviação contava com pequenos aeronaves, e não existia tanta integração entre países. A Comunidade Econômica Européia ainda não existia. O que havia era um sonho de uma comunidade comum no geral. Mas ainda não existiam os planos de acabar com as fronteiras entre países.

Vários fatores foram os responsáveis pela transformação do turismo na atividade com a importância que possui dos dias de hoje, mas dois foram fundamentais: o avanço dos meios de transporte, com aviões capazes de transportar centenas de pessoas de uma só vez, e o avanço nos meios de comunicação, com o desenvolvimento da Internet e da telefonia celular, que permitiram às pessoas viajarem com muito mais conforto e segurança.

Outro fator surpreendente foi a queda das fronteiras nacionais. Elas caíram de duas formas: a queda do muro de Berlim, com o fim da Cortina de Ferro, permitiu que uma grande quantidade de áreas, antes inacessíveis, fossem incorporadas à indústria do turismo. Além disso, a evolução dos meios de transporte facilitou a visita de lugares antes de difícil acesso, como o Nepal, a Índia, até mesmo o Brasil. O mundo tornou-se muito mais acessível em relação ao turismo em escala global.

Entretanto, apesar da queda dessas barreiras, surgiu um outro muro, uma outra barreira, uma separação muito pior do que a cortina de ferro: uma separação social. A idéia que

prevalencia na década de 1950 era de que por volta do ano 2000 os países seriam razoavelmente integrados socialmente, e desintegrados nacionalmente. Entretanto, o que hoje se vê é uma integração entre as nações e uma desintegração dentro de cada país e de cada sociedade. Caíram as barreiras que separavam os países, as restrições alfandegárias, as políticas de moeda, mas criou-se uma barreira social que separa os pobres dos ricos. Na verdade, hoje é mais fácil fazer turismo do outro lado do mundo, e ao mesmo tempo é muito mais perigoso atravessar a rua até a esquina na sua própria cidade.

Criamos um mundo integrado e desintegrado. Geográfica, econômica, culturalmente integrado, mas desintegrado socialmente. E apesar da queda da Cortina de Ferro, temos hoje uma *Cortina de Ouro* que separa os ricos dos pobres. Não mais no sentido da mera desigualdade; é muito mais brutal do que isso. São fronteiras. Há lugares em que o turista não entra. Era mais fácil um ocidental atravessar o muro de Berlim do que hoje alguém subir determinados morros no Rio de Janeiro. Pelo menos, antes havia regras. Você chegava na Embaixada da Alemanha Oriental e seu visto era recusado, ou atendido. Hoje, você chega a um morro e não sabe nem quem deve consultar para conseguir uma licença para subir. O mesmo muro que praticamente aboliu passaportes criou a impossibilidade da convivência entre os mais próximos. Um exemplo disso é o México, que hoje exige visto dos brasileiros, por pressão dos Estados Unidos. As razões não são mais políticas, são razões econômicas. Além disso, as exigências hoje são maiores para se conseguir um visto para os Estados Unidos do que antes para se entrar em um dos países da Cortina de Ferro. Mas não são exigências políticas, e sim exigências sociais. Você precisa declarar o quanto ganha. Não é mais uma barreira racial, não é porque somos latinos, porque eles adoram os latinos ricos.

Aquele mundo sem transporte de qualidade, dividido por fronteiras nacionais que dificultavam o turismo, foi substituído por um mundo desintegrado socialmente. Cortado, dividido, como se uma cortina serpenteasse através do planeta, cortando todos os países. Em países como o Brasil, uma imensa maioria é pobre, e uma minoria é rica. Na Europa, a imensa maioria é rica, mas existe uma pequena parcela de pobres, basta lembrar as queimas de automóveis recentemente ocorridas em Paris. O fato é que esses dois mundos se estranham. O Planeta ficou dividido. De um lado, um Primeiro-Mundo-Internacional-dos-Ricos, onde está tudo integrado – os *softwares* que utilizamos, os pontos turísticos que conhecemos, os objetos do desejo foram universalizados para esse Primeiro Mundo dos ricos, com um bilhão de pessoas que compõem a base turística. Esse é o Primeiro Mundo integrado, do qual o turismo gosta.

Mas ao lado desse Primeiro-Mundo-Internacional-dos-Ricos, separado pela fronteira invisível mas real da *Cortina de Ouro*, há um arquipélago de comunidades pobres que não se integraram. Porque os pobres do Nepal são completamente diferentes dos pobres do Nordeste brasileiro. Mas um rico da Nigéria é muito parecido com um rico europeu ou brasileiro. Os pobres se diferenciam até mesmo dentro do próprio país. Já os ricos são todos iguais, em todos os países. Pode ser que nem todos falem Inglês ainda, mas a forma de pensar e de agir é a mesma.

Esse um bilhão de consumidores de bens sofisticados pode dinamizar as indústrias sem incorporar novas pessoas. O que implica uma mudança radical no pensamento da época de Marx e do socialismo da década de 1970, de que o capitalismo para crescer precisava fazer crescer o número de consumidores. Agora, há outra maneira de aumentar a demanda pelos produtos sem aumentar o número de

compradores: fazer com que quem compra, compre cada vez mais. O capitalismo contemporâneo, restrito a uma parte da população, percebeu que já que não dá para todo mundo ter carro, é melhor induzir a mesma pessoa a trocar de carro a cada dois, três anos, ou aumentar o número de carros da mesma família.. Aumentou-se o tempo de vida dos ricos e o número de carros que eles compram ao longo da vida. Até os anos de 1950, as famílias compravam um único carro para toda a vida. Hoje não é mais assim. Cada pessoa que consome, consome mais; e os que não consomem, continuam sem consumir. Mesmo assim, a economia se dinamiza.

A indústria hoje pode funcionar perfeitamente, sem necessidade, ou quase, de trabalhadores. Mas o mais grave é que os trabalhadores hoje necessários fazem parte do mundo dos ricos. Não há mais necessidade de trabalhadores sem formação, salvo um ou outro serviçal. O resto é feito por máquinas, ou por trabalhadores especializados que já têm um nível de renda que lhes permita acesso ao mundo dos ricos, como os trabalhadores do ABC paulista.

O comércio também não precisa se misturar com o povo. Porque parte das coisas é vendida pela Internet, a outra é vendida nos *shoppings centers*. Na maior parte das cidades, não é mais preciso ir aos centros das cidades se misturar com o povo. Os ricos se isolaram. Nem o comércio nem a indústria precisam dos pobres, nem de um processo de integração social, para se dinamizarem.

Então a indústria e o comércio podem sobreviver perfeitamente sem derrubar a Cortina de Ouro. A inclusão social não é necessária para dinamizar a indústria e o comércio. O setor econômico é excludente. Ele poderá em breve construir uma cortina física, como, aliás, já existe: os

shoppings, os vidros fechados dos automóveis, os crachás em cada universidade. Tudo isso é uma maneira de se isolar.

Aqui entra o maravilhoso potencial ético e técnico do turismo. Um dos raros setores que fogem a essa regra excludente, porque para se dinamizar plenamente, o turismo precisa da inclusão social e precisa da inclusão social por dois motivos. Primeiro, porque é um setor que precisa de mão-de-obra com diferentes níveis de especialização. Diferentemente da indústria, um restaurante necessita tanto do *chef* especializado quanto do lavador de pratos. No hotel, são necessários os doutores em administração hoteleira e muita gente apenas qualificada para fazer as camas. Assim pode-se contratar gente de dentro do Primeiro-Mundo-Internacional-dos-Ricos, e gente do Arquipélago-Social-dos-Pobres, gente dos dois lados da *Cortina de Ouro*. Segundo, porque ao mesmo tempo em que precisa de gente do lado dos ricos, o turismo não se desenvolve plenamente enquanto não se conseguir incluir os excluídos socialmente.

Os *resorts* são os *shoppings centers* do turismo, mas enquanto estiverem isolados das cidades onde se encontram, não preencherão todo o seu potencial. Ao mesmo tempo em que é bom curtir o isolamento de um *resort*, ainda mais interessante é se hospedar em um *resort* que esteja a uma razoável distância dos pontos turísticos, onde se possa circular; você se isola na hora que quiser, mas também se mistura na hora que quiser. Por isso, o turismo é um setor pluralista, faz parte de um modelo que deseja se dinamizar economicamente, fazendo a inclusão social. O comércio e a indústria são setores que podem se dinamizar sem necessidade de promover a inclusão social. No caso desses dois setores, fazer a inclusão social é uma opção ética, ideológica, política. No caso do turismo, além de ser uma opção ideológica, também é uma necessidade econômica.

Creio que dentro do setor de turismo a gente pode ter mais esperança de encontrar pessoas que trabalham em busca da inclusão social por interesse, não apenas por solidariedade: influenciando nas políticas públicas e na execução de gestos solidários, para o dono da fábrica, não importa se existe ou não esgoto na cidade, mas se houver uma epidemia de dengue na cidade, o turismo é prejudicado, pois o turista não vem. Então, é importante que haja um sistema de esgoto, e o controle da dengue. Se um operário for assassinado, ele é substituído, mas para o turismo a repercussão internacional afasta os turistas. Com muita violência, o turista não vem.

Outra coisa é a educação da população. Um povo bem educado é capaz de fornecer informações turísticas. Se o povo não for educado, o turista não consegue se comunicar com ele, em primeiro lugar por causa do idioma. Se tivéssemos todos os jovens concluindo um bom Ensino Médio, seria possível que eles pudessem dar ao menos uma resposta em Inglês para uma pergunta de um turista.

Um país sem educação, sem água e esgoto de qualidade, sem segurança, pode continuar, sem maiores dificuldades, sua industrialização voltada para os ricos. Mas ele será um país que espanta turistas. Essa é a chance de o setor turístico fazer crescer um movimento pela defesa das políticas de inclusão.

Durante muito tempo, acreditou-se que para fazer a integração social era preciso primeiro desenvolver a economia. Mas isso não se comprovou. O crescimento da economia não se distribuiu, nem se transformou em bem-estar generalizado, para toda a população. O que vai derrubar a *Cortina de Ouro* é um programa de políticas públicas, dirigidas diretamente às necessidades da população pobre: contratar pessoas para colocar água e esgoto em todas

as casas do Brasil, garantir Bolsa-Escola, para que todas as crianças estudem, pagar bem e exigir muito dos professores.

A um custo não muito elevado, durante dois anos, seria possível empregar alguns milhares de pessoas atualmente desempregadas, garantindo-lhes uma renda que dinamizaria a economia local, e que ao mesmo tempo o turismo, se elas fossem empregadas para, por exemplo, construir sistemas de água e esgoto nas cidades ribeirinhas do Rio São Francisco e para arborizar suas margens, recuperando esse rio para as atividades turísticas, atualmente pouco utilizadas por falta de condições sociais. Isso se chama incentivos sociais. Como a Bolsa-Escola, que paga as mães para que os filhos possam estudar; ou a Poupança Escola, que deposita um valor no final do ano para o aluno que passar de ano, com a condição de que o dinheiro só seja retirado se ele concluir o Ensino Médio. Um programa de incentivos sociais ao custo de 5% da renda nacional seria suficiente para erradicar a pobreza do Brasil no prazo de poucos anos. E a consequência seria não apenas uma sociedade mais justa, como também mais dinâmica em todos os setores, mas especialmente no setor turístico.

Um setor especialmente decisivo na luta contra a pobreza no Brasil, e que teria um impacto decisivo sobre a dinâmica do setor turístico, mais do que o setor industrial e mais do que o comércio, é a educação básica. É verdade que aumentou o número de alunos matriculados na educação básica, mas não aumentou a frequência às aulas, nem a conclusão do Ensino Médio, e muito menos a qualidade da educação, especialmente se comparamos nossa situação com a de outros países que investiram e interferiram na educação básica. Países que há 30 anos eram iguais ou menos desenvolvidos que o Brasil, como o México e a Coreia do Sul, e hoje estão muito distantes da nossa realidade.

Para dar o salto de que precisamos, o caminho será **nacionalizar a Educação Básica brasileira**. Não é possível que tenhamos uma educação de qualidade se ela depende da vontade do prefeito, como se as crianças não fossem brasileiras, e sim cariocas, caruaruenses, brasilienses. Além disso, é preciso padronizar nacionalmente os salários e a formação dos professores, definir níveis mínimos nacionais de aceitação dos prédios e equipamentos das escolas e um piso nacional para o conteúdo das disciplinas, em cada série. Se o aluno precisa aprender a ler e a escrever, não é possível ainda que existam crianças concluindo a 4ª série sem saber ler e escrever. Todas as escolas têm de oferecer um conteúdo mínimo para os alunos.

Essa idéia de nacionalizar a Educação também é composta de uma Lei de Responsabilidade Educacional para os prefeitos, nos mesmos moldes da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Somos um país com uma minoria rica, que despreza a maioria pobre. Por isso, essa minoria não se importa com a qualidade da educação das crianças, filhos e filhas, da grande maioria pobre. Só que os profissionais do turismo não têm o direito de esquecer a educação básica. Não por solidariedade apenas, nem por generosidade, nem por patriotismo. Basta que a causa seja um egoísmo inteligente, porque sem educação básica de qualidade, o turismo não irá florescer plenamente. Porque um aluno que tem uma educação de qualidade, além de demandar mais do setor turístico, serve como vetor dinamizador do setor, na medida em que o turista sabe que naquele país a população é educada.

Por isso vim aqui, acreditando que posso conseguir entre vocês uma base de apoio para a Nacionalização da Educação Básica. Além disso, acho que vocês podem ter gestos

solidários, e investir nisso. Vejo aviões em que se pode doar dinheiro para o Unicef, hotéis que ensinam a criar suas próprias ONGs, ou redes de hotéis se reunirem para oferecer apoio às crianças da região, para que possam terminar seus estudos. Alguns oferecem incentivos sociais para os filhos de seus funcionários. Isso cria inclusive um impacto mercadológico, uma simpatia pelos hotéis que participam de campanhas de solidariedade. O setor de turismo no geral pode participar disso.

Deixo aqui o meu recado: primeiro, que o mundo se integrou e se dividiu ao mesmo tempo – é possível viajar ao redor do mundo, mas não se pode virar a esquina com a mesma segurança; segundo, que a indústria e o comércio, para se dinamizarem, podem se concentrar naqueles que consomem mais cada vez mais; terceiro, que o turismo talvez seja o único setor que realmente precise da integração social para se desenvolver e ao mesmo tempo colabore com a integração enquanto se desenvolve, quarto, que vocês podem ser uma base social mobilizada, para exigir e apoiar políticas públicas necessárias para a inclusão social; quinto, que vocês podem ser os próprios agentes da execução de programas de inclusão, por meio de organizações não-Governamentais que funcionem em conjunto com os promotores turísticos.

Quero agradecer o convite que me permitiu realizar essa reflexão, que me permitiu recordar o quando já trabalhei com turismo como economista, unindo as lembranças de minhas atividades do passado com aquelas que hoje exerço como político, preocupado com a integração social e a solidariedade.

Muito obrigado.

Parte II
Palestras Exploratórias/Propositivas e
Resultados das Oficinas

Igualdade Racial e Turismo

Lecy Brandão*

Deus é maravilhoso e continua me surpreendendo a cada momento. Jamais poderia imaginar que um dia seria convidada para participar de um encontro tão importante como este, visto que sou apenas uma compositora e cantora popular que optou por usar a arte para defender os interesses das minorias e das comunidades brasileiras. Agradeço ao IBAM por esta oportunidade e fico feliz em perceber que o Ministério do Turismo também se importa com as questões raciais e promove políticas públicas sob o viés da inclusão.

Em 21 de março de 2003 (Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial) foi criada pelo Governo Federal a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial que é comandada pela Ministra Matilde Ribeiro.

Esta Secretaria tem a finalidade de proteger os direitos dos indivíduos, dos grupos raciais e étnicos, com ênfase na população negra. É a primeira vez na história deste país que um governo cria uma Secretaria deste nível, mas não esqueçamos que esta ação é resultante da luta do Movimento Negro. Com muita honra fui convidada pela Ministra Matilde Ribeiro para fazer parte do Conselho que reúne negros, indígenas, caboclos, ciganos, judeus, árabes e palestinos. Daí, a igualdade racial. Todos juntos lutando pela dignidade de vida das cidadãs e cidadãos brasileiros.

* Cantora e Compositora e membro do CNPIR (Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial). O órgão é ligado à Seppir (Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial) da Presidência da República e participante das Conferências Estaduais de Promoção da Igualdade Racial.

Quando este país foi descoberto já era habitado pelos povos indígenas, os verdadeiros donos desta terra. Paulatinamente o colonialismo foi responsável pelo doloroso processo de genocídio destes povos.

Já os negros foram trazidos da África acorrentados nos navios negreiros, nas piores condições. As elites coloniais construíram suas riquezas com o sangue, o suor e a força dos africanos que eram impiedosamente castigados pelos capatazes quando cometiam a mínima falha. Foram tantos os escravos, que hoje o Brasil é o segundo país de população negra, perdendo apenas para Nigéria. O Brasil foi o último país a dar liberdade aos escravos. E vocês perguntam: por que os negros militantes não comemoram o 13 de maio? Porque essa tal liberdade na verdade não nos favoreceu, não nos desenvolveu. Os escravos não tinham terra, nem condições de tocar suas vidas. Após a Abolição os negros foram marginalizados.

Mas qual a função social desse povo ? A sensação de ser dono de seu próprio corpo acabou por mostrar um negro que podia cantar e dançar a hora que quisesse e do jeito que bem entendesse. Os grupos que no século XVII fundaram os quilombos são revividos pelos negros forros que formam as caixas de alforria, as comunidades de terreiro, irmandades, entidades carnavalescas. Sabemos que no final do século XIX, quando acontece a imigração dos negros baianos para o Rio de Janeiro, o samba de roda dá origem ao samba carioca nascido na Praça Onze, lugar na época chamado de Pequena África onde Tia Ciata fazia as festas.

As festas, a culinária e a religião são fortes componentes da presença africana na História do Brasil e certamente estão entre os principais atrativos para que turistas de todo o mundo se interessem por viagens para cá.

Muitos depoimentos apontam o nosso país como o mais belo do mundo. Temos todas as riquezas naturais, nosso folclore é riquíssimo, nossa cultura vastíssima, o clima é superagradável, o povo é lindo e sensual, o futebol inigualável.

Mas será que no processo do desenvolvimento humano sustentável os setores social, cultural, esportivo, e ambiental e o próprio turismo estão afinados com a igualdade racial?

“Se Deus deu tudo ao país, eu quero ver esse povo mais feliz. Tem linguado, tem pintado, carapeba e camarão. Tem banana, tem laranja, tem mangaba e tem mamão. Tem coentro, tem chicória, tem alface e agrião. Não entendo tal história não tem alimentação.

Quanta terra, quanta serra, cachoeira, rio e mar. Tem a praia, tem lagoa, tem garoa e tem luar. Milho verde pra pamonha, coisa boa de provar. O que falta é vergonha pra essa vida melhorar...”

A grande importância destes Diálogos de Turismo por uma Via de Inclusão é que eles sinalizam uma grande contribuição para o crescimento social e econômico das comunidades no sentido de combater a exclusão social. Há uma grande discussão no país para que seja definido o que é verdadeiramente a democracia racial. Se não houver direito social não há direito civil tampouco direito político. Indiscutivelmente o povo negro é o principal responsável pelas alegrias da nação brasileira.

“É na palma da mão, olha meu amor, neste meu Brasil todo mundo bate tambor. Bumba-boi e boi-bumbá. Ijexá,

maculelê, carimbó, tambor de mina, ciranda, cateretê. Tem calango, tem fandango, tem partido versador. Neste meu Brasil todo mundo bate tambor. Samba-enredo, samba-reggae, caboclinho e lundu. Tem xaxado, tem chegança, reisado e maracatu. Capoeira na Ribeira, sua bênção tocador. Nesse meu Brasil todo mundo bate tambor”.

Apesar do batuque de todos esses tambores o que a gente percebe é que nos desfiles das escolas de samba cada vez mais o embranquecimento está presente. Negros estão nas baterias e negras nas alas de baianas porque não há outro jeito. Mas como dirigentes e com voz de decisão nas grandes escolas eles não aparecem. Aliás, as poucas escolas presididas por negros jamais conseguem vencer no Carnaval. O povão só está presente nas arquibancadas da concentração e da dispersão. A imprensa não fotografa assistas negros. Nas matérias de Carnaval só se destacam as celebridades que já estão na mídia nos 365 dias do ano. As rainhas de bateria das comunidades foram trocadas por modelos e atrizes que fazem do desfile uma ponte para aparecer nas capas de revista após o Carnaval. Mas quem fundou esta instituição chamada Escola de Samba foi o povo negro.

Sabemos que a produção cultural traz para o Rio de Janeiro recursos milionários. Não posso deixar de admitir que um fato novo nas escolas tem sido positivo. São os projetos sociais. Tudo começou no Império Serrano, com o Império do Futuro.

Depois veio a Mangueira com a Vila Olímpica e a Mangueira do Amanhã. Várias escolas estão seguindo o exemplo.

Do outro lado da história surge o interesse sexual pela mulher negra do samba, conhecida como mulata exportação. Ela

serve para rebolar para o turista e fazer um programa. Para casar ela é dispensável. E por falar nas mulheres é preciso que o Ministério do Turismo atente para os hotéis chiquíssimos que fazem esquemas com turistas e que, por meio de computador, escolhem as mulheres que eles querem, muitas das vezes moças pobres que são aliciadas para a prostituição. Recentemente foi descoberta uma quadrilha no litoral norte de São Paulo que embarcou cerca de trinta mulheres para Espanha as quais tiveram seus passaportes tomados por criminosos espanhóis e ainda receberam ameaças.

Em vez disto, se houvesse interesse no investimento nas classes mais pobres, estas jovens poderiam receber ensinamento para no futuro exercer funções de recepção, na gerência e capacitação em línguas estrangeiras.

Difícilmente vejo pessoas negras como guias turísticos. Acho até que deveria haver cotas na rede hoteleira de acordo com a região. De acordo com a população negra de cada Estado deveria haver o percentual nos hotéis com inclusão de trabalho para que o turista visse a realidade do país.

Nos esportes ainda acho tímida a participação das empresas multinacionais já que elas são em largo número. Deveria haver uma lei para que todas as empresas que viessem a se instalar aqui tivessem a obrigação de investir em atividades esportivas para as populações carentes. Ainda acho tímida a participação das empresas multinacionais já que elas são em largo número

Olhando o tamanho do Brasil e sua produção cultural fico me perguntando por que as pessoas não são aproveitadas de fato para sobreviver dessa cultura. Todas as regiões têm seus ritmos, seus artesanatos, seus petiscos e suas roupas que deveriam ser mais divulgados pela grande mídia.

Um assunto bastante delicado e revoltante refere-se à discriminação aos turistas afro-descendentes mormente aos que chegam da Nigéria ou de Angola. A autoridade policial generaliza a todos e os classifica de traficantes. As gerências dos hotéis demonstram mal-estar com a presença dos negros africanos. Tratam com desconfiança, falam de má vontade e não fazem nada para disfarçar esse mau humor. Aqui em Brasília por duas ocasiões mulheres negras africanas foram desrespeitadas por garçons de um conhecido hotel e por ocasião da Conferência da SEPPIR um outro hotel também discriminou indígenas e ciganos.

Segundo a análise da Conselheira da SEPPIR Lúcia Xavier o turismo será inclusivo quando significa resgatar a presença e a obra da população negra do Brasil recuperando sua história e sua participação na sociedade a exemplo das obras de Aleijadinho e de outros que, com o seu legado, colaboraram profundamente para o turismo no Brasil. Vejam as baianas de acarajé de Salvador que valendo-se de seu espírito empreendedor transformaram seus territórios de trabalho e da convivência social da cidade onde moram em pontos turísticos. Outra frente necessária no campo do turismo é a ampliação dos postos de trabalho para negros, especialmente em atividades que tenham visibilidade.

Faz-se necessário que os departamentos de RH Recursos Humanos da hotelaria brasileira, das lojas de shopping center de todo o Brasil, dos restaurantes, e do comércio em geral, entendam que a população brasileira tem aproximadamente 50% de negros e negras e que é inadiável a admissão desses cidadãos e cidadãs nos seus quadros de funcionários. A gente precisa encontrar a gente em **todos os lugares**.

Gostamos de festas, de bebidas, de futebol, de carnaval.

Gostamos de educação, saúde, moradia, segurança e, principalmente, trabalho. O trabalho dignifica o cidadão.

Cumprimento o Ministério do Turismo que por meio do IBAM promove esse encontro em que o diálogo se apresenta como uma real via de inclusão.

Deus deu tudo para o Brasil. E se Deus deu tudo eu quero ver esse povo mais feliz convivendo com a igualdade racial.

GT: Igualdade Racial e Turismo

Perguntas orientadoras:

1. Como incentivar uma boa viagem aos afrodescendentes e indígenas?

Diante do preconceito ainda existente e das desigualdades nas oportunidades de viagem, o Ministério do Turismo, para incentivar uma boa viagem aos *afrodescendentes e indígenas*, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

a) produção de conhecimento sobre a prática do turismo pelos afrodescendentes e indígenas:

Recomendações Operacionais

- realizar estudos de demanda nessas comunidades para melhor conhecer seus valores, interesses e desejos de viagem.

b) desenvolvimento de consciência política e da melhoria da auto-estima das etnias:

Recomendações Operacionais

- viabilizar ações de estímulo e valorização das culturas étnicas;
- estimular e valorizar a criação de roteiros que reconheçam e valorizem as culturas étnicas;
- estabelecer articulação com as comunidades étnicas e com os organismos governamentais e não-governamentais que apóiam as etnias e grupos.

c) combate ao preconceito:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• desenvolver e implementar campanhas de valorização dos turistas das diferentes culturas como, por exemplo, O Melhor do Brasil é o Brasileiro – e já que os brasileiros são índios, brancos, negros, pardos, mulatos e todos os descendentes de imigrantes, não somos exóticos e nem podemos criar estereótipos.• introduzir a discussão sobre o combate a discriminação e o preconceito nos diferentes ambientes que tratam do turismo;• promover a discussão sobre os valores étnico-culturais nas disciplinas de história e cultura brasileira, nas escolas públicas e privadas com relevância para o turismo;• estabelecer parceria com as organizações afrodescendentes, indígenas, os prestadores de serviços turísticos;• introduzir o tema do combate ao preconceito nos Programas do MTur e parceiros.

d) sensibilização e mobilização de afrodescendentes e indígenas para a prática do turismo:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• realizar campanhas de conscientização sobre os benefícios e o direito de viajar;• estimular iniciativas de valorização cultural, pela viagem, priorizando crianças e jovens;• buscar parceria com as organizações afrodescendentes, indígenas e os prestadores de serviços turísticos.

e) fomento à criação de produtos turísticos não tradicionais e que viabilizem a inserção das classes C, D & E para os afrodescendentes e indígenas:

Recomendações Operacionais

- priorizar a criação, promoção e comercialização de produtos turísticos adequados aos interesses turísticos dos diferentes públicos;
- promover a oferta de produtos turísticos completos, seguros e de qualidade;
- estabelecer parceria com as organizações afrodescendentes, indígenas e os prestadores de serviços turísticos.

f) qualificação dos serviços turísticos:

Recomendações Operacionais

- articular com as instituições de ensino (técnico e profissional) a inserção de conteúdo sobre os prejuízos da discriminação e do preconceito nos cursos de preparação de mão-de-obra e de profissionais de turismo, com destaque para as pessoas que irão receber os turistas;
- viabilizar a capacitação de guias de turismo com postura e atitudes adequadas para trabalhar com a diversidade de grupos.

- g) viabilização de condições para que os grupos étnicos, as comunidades excluídas, tenham acesso aos diferentes pacotes turísticos:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• criar uma espécie de “Cartão Turismo” para facilitar o financiamento de viagem;• criar linhas de microcrédito específicas ao turismo social;• criar condições para que os agenciadores informais organizem e financiem viagens e pacotes turísticos, com respaldo legal.

2. Como promover a inserção dos afrodescendentes pela prestação de serviços turísticos?

Diante do preconceito ainda existente e das desigualdades nas oportunidades de trabalho, o Ministério do Turismo, para incentivar a inserção dos *afrodescendentes e indígenas* e considerando as suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

- a) sensibilização das pessoas para seus talentos e as oportunidades de negócio, trabalho e emprego na atividade turística:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• criar mecanismos para viabilizar a inserção dos trabalhadores e empreendedores informais no mercado formal;• incentivar a organização de “incubadora empresarial” visando possibilitar tempo hábil para despertar o interesse e talento de cada um;• estabelecer articulação com a iniciativa privada e com os conselhos da causa racial para a realização, de forma integrada, dessas ações.

b) qualificação profissional dos interessados:

Recomendações Operacionais

- promover a capacitação e aperfeiçoamento dos envolvidos no saber fazer;
- viabilizar bolsas de estudo para afrodescentes de baixa renda.

c) incentivo ao associativismo e cooperativismo empresarial, facilitando a busca de recursos e a correta aplicação dos recursos:

d) orientação técnica na elaboração de pequenos projetos de investimento:

Recomendações Operacionais

- criar mecanismos de apoio aos interessados por meio de convênios com o SEBRAE, a Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo – ABBTUR e Instituições de Ensino.

Turismo em Comunidades Quilombolas - uma contribuição historiográfica

Hebe Mattos*

1. A emergência da questão quilombola após a Constituição de 1988

Está ainda por ser feita a história da aprovação e dos desdobramentos legais do art. 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Brasileira de 1988 que reconheceu direitos territoriais aos “remanescentes das comunidades dos quilombos”, garantindo-lhes a titulação definitiva pelo Estado brasileiro¹.

Para entender a redação do artigo e sua inclusão nas disposições transitórias da Constituição é preciso levar em consideração, principalmente, o fortalecimento dos movimentos negros no país, ao longo da década de 1980, e a revisão por eles proposta em relação à memória pública da escravidão e da abolição. À imagem da princesinha branca, libertando por decreto escravos submissos e bem tratados, que durante décadas se difundiu nos livros didáticos brasileiros, passou-se a opor a imagem de um sistema cruel

*Professora Titular de História do Brasil. Departamento de História, Universidade Federal Fluminense

¹ O texto integral do art. 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias estabelece que “Aos remanescentes das comunidades dos quilombos que estejam ocupando suas terras é reconhecida a propriedade definitiva, devendo o Estado emitir-lhes os títulos respectivos”.

e violento, ao qual o escravo negro resistia, especialmente pela fuga e formação de quilombos².

A pesquisa acadêmica em história social da escravidão foi também tocada por esta conjuntura. A partir de uma perspectiva que propunha pensar o africano escravizado e seus descendentes como atores sociais relevantes para a compreensão histórica da sociedade brasileira, uma revisão historiográfica se produziu no país em relação ao tema. A demografia, a cultura, as relações familiares e a sociabilidade escrava passaram a ser estudadas por inúmeros pesquisadores. Cada vez mais as ações e opções dos africanos tornados escravos no Brasil foram percebidas como essenciais para a compreensão histórica da sociedade que os escravizava. Desde suas estratégias de organização de famílias, de formação de organizações religiosas para obtenção de alforria, até as diferentes formas de sua inserção no mundo do trabalho³.

De fato, o avanço da pesquisa histórica colocara em relevo, também, a impressionante legitimidade da sociedade escravista no Brasil até pelo menos a primeira metade do século XIX, mesmo entre ex-escravos, o que não eliminava os episódios de resistência, que ocorriam, entretanto, nos limites do pensável e do possível no contexto da sociedade brasileira oitocentista. As concentrações de escravos fugidos, chamadas mocambos ou quilombos, eram efetivamente endêmicas, porém se encontravam em estreita relação com o mundo das senzalas⁴.

² Cf. Soares, Mariza. “Nos atalhos da memória – Monumento a Zumbi”. In: KNAUSS, 1999, pp. 117-135.

³ Cf. “A historiografia recente da escravidão brasileira” IN: SCHWARTZ, 2001, pp. 21-82.

⁴ Cf. SCHWARTZ, 1988, especialmente caps. 16 e 17; GOMES, 1995, 2005; e REIS e GOMES, 1996.

A conjunção desses dois movimentos resultou em significativo deslocamento nas imagens mais correntes em relação à escravidão e à abolição no país, fazendo emergir a figura do escravo como protagonista também do processo abolicionista, através de processos judiciais de ação de liberdade, de atos de rebeldia no dia-a-dia das senzalas e das fugas coletivas generalizadas na década de 1880, acontecimentos que precederam e balizaram o ato legal da abolição⁵. Neste contexto, algumas comunidades negras rurais isoladas alcançaram certa notoriedade como possíveis descendentes de antigas comunidades de escravos fugidos, formadas especialmente nos anos que precederam a abolição. A aprovação do artigo sobre os direitos territoriais das “comunidades dos quilombos” culminou, assim, todo um processo de revisão histórica e mobilização política, que conjugava a afirmação de uma identidade negra no Brasil à difusão de uma memória da luta dos escravos contra a escravidão.

No entanto, muitas das comunidades negras rurais espalhadas pelo país, em conflito pelo reconhecimento da posse tradicional de terras coletivas, então majoritariamente identificadas como “terras de preto”⁶, não se associavam facilmente à idéia histórica clássica do quilombo. Ao contrário, algumas delas, em casos estudados por antropólogos ou historiadores nos anos 1970 e 1980 tinham seu mito de origem em doações senhoriais realizadas no contexto da abolição, numa construção narrativa marcadamente informada por uma ética paternalista⁷.

⁵ Cf., entre as pesquisas desenvolvidas ainda nos anos 1980, AZEVEDO, 1987 e CHALHOUB, 1980.

⁶ Sobre o tema, cf. ALMEIDA, 1989, 2002.

⁷ Cf. SOARES, 1981; SLENES, 1996.

Apesar disso, além da referência étnica e da posse coletiva da terra, os conflitos fundiários vivenciados no tempo presente aproximavam o conjunto das “terras de preto”, habilitando-as a reivindicar enquadrar-se no novo dispositivo legal.

A aplicação prática do art. 68 mostrou-se, portanto, extremamente complexa e causou inicialmente profundas controvérsias⁸. Juristas, historiadores, antropólogos e, em especial, a Associação Brasileira de Antropologia (ABA), tiveram importante papel nessa discussão. Tendo em vista o crescimento do movimento quilombola, predominaram as interpretações que consideravam a formação de grupos étnicos, valorizando o contexto de resistência cultural que permitiu a viabilização histórica de tais comunidades e propondo uma ressemantização da palavra quilombo para efeitos da aplicação da provisão constitucional⁹.

Com abrangência nacional, o processo de emergência das novas comunidades quilombolas se apresenta hoje como uma realidade social inescapável. Segundo o Decreto 4.887, de 20/11/2003, que regulamenta o artigo constitucional, em termos legais, “a caracterização dos remanescentes das comunidades dos quilombos será atestada mediante autodefinição da própria comunidade”, entendendo-as como “grupos étnico-raciais, segundo critérios de auto-atribuição, com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade

⁸ Sobre esta questão, cf. PRICE, 1999, 2002.

⁹ Cf. O'DWYER, 1995. Sobre o conceito de ressemantização, ver também de ALMEIDA, Alfredo Wagner B. de “Quilombos: sematologia face a novas identidades” IN: PVN (ORG.), 1996; GOMES, Flávio S. “Ainda sobre os quilombos: repensando a construção de símbolos de identidade étnica no Brasil” IN: ALMEIDA, FRY e REIS, 1996; e, ainda, O'DWYER, 2002.

negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida”. É importante ressaltar que, quando se fala em identidade étnica, trata-se de um processo de auto-identificação bastante dinâmico que não se reduz a elementos materiais ou traços biológicos distintivos, como cor da pele, por exemplo.

Atualmente, 178 comunidades estão formalmente referidas como remanescentes das comunidades dos quilombos no Sistema de Informações das Comunidades afro-brasileiras (SICAB) na página da Fundação Cultural Palmares, setenta delas já tituladas¹⁰. Levantamento do Centro de Geografia e Cartografia Aplicada (Ciga) da Universidade de Brasília (UNB), sob a direção do geógrafo Rafael Sanzio, registrou 848 ocorrências em 2000 e 2.228 territórios quilombolas em 2005¹¹.

2. Raízes históricas das comunidades dos quilombos

No Maranhão e no Pará encontra-se proporção expressiva das comunidades dos quilombos. São 34 no Pará e 35 no Maranhão, registrados no SICAB da Fundação Cultural Palmares, e 642 e 294, respectivamente, segundo o mapa dos territórios quilombolas da Universidade de Brasília. A proliferação de acampamentos de escravos fugidos, chamados mocambos, na fronteira entre Maranhão e Pará, bem como nas cachoeiras do alto do rio Trombetas, tornaram tais áreas alvos preferenciais da preocupação repressiva das autoridades

¹⁰ Cf. Sistema de Informações das Comunidades afro-brasileiras (SICAB) na página da Fundação Cultural Palmares do Ministério da Cultura (www.palmares.gov.br), acessada em 03/09/2005.

¹¹ Cf. SANZIO, 2001, 2005. Ver também Segundo Cadastro Municipal dos territórios Quilombolas do Brasil, <http://www.unb.br/acs/unbagencia/ag0505-18.htm>

provinciais do Pará, na segunda metade do século XIX, no contexto de desagregação da ordem escravista na região. Segundo Flávio Gomes, “quilombolas, grupos indígenas e depois colonos e camponeses fizeram ali suas próprias fronteiras, as quais foram marcadas por inúmeras experiências de lutas, de alianças e de conflitos” (GOMES, 2003: p. 89). Tais territórios, que atraíam também camponeses livres, em geral libertos e seus descendentes, continuaram a servir como opção de sobrevivência para os últimos escravos da região após a abolição.

Nas comunidades de quilombo do Alto Trombetas, a memória dos antigos mocambos mostrou-se, desde o início, constitutiva da identidade dos grupos e os territórios hoje reivindicados correspondem, de modo geral, às antigas áreas mocambeiras¹².

As áreas geográficas reivindicadas pelas comunidades dos quilombos no Maranhão têm maior amplitude e se estendem por praticamente todo o Estado. Antigas fazendas escravistas e suas comunidades de senzala estão historicamente na base da formação de muitas das chamadas “terras de preto” maranhenses, mas o papel da fronteira aberta na expansão dos mocambos tende hoje a predominar na memória pública das comunidades dos quilombos, sobre as narrativas de viés paternalista, que enfatizavam heranças, compras ou doações de terra por parte dos antigos senhores, antes predominantes¹³. De fato, a pesquisa histórica tende a comprovar que ambos os fenômenos se entrecruzaram no processo de desagregação da sociedade escravista maranhense e continuaram a se misturar como opções para o campesinato negro depois da abolição¹⁴.

¹² Cf. FUNES, 1995, 2000 (<http://www.quilombo.org.br/quilombo/doc/ComunidadesRemanescentes.doc>), em 9/9/2005.

¹³ Cf. SOARES, 1981 e O'DWYER, Eliane. “Os quilombos e as novas etnias” In: O'DWYER, 2002.

¹⁴ Cf., especialmente, GOMES, 2003, cap. 3 e 4.

Também no sertão do Nordeste, encontra-se uma expressiva concentração das comunidades dos quilombos referidas à provisão constitucional e pelo menos a primeira delas assim identificada, o Quilombo do Rio das Rãs, na Bahia, já foi alvo de pesquisas históricas e antropológicas aprofundadas¹⁵. O mapa dos territórios das comunidades dos quilombos produzido pela Universidade de Brasília refere-se a 396 comunidades no estado, a maioria delas no sertão. Vinte seis delas encontram-se referidas no Sistema de Informações das Comunidades Afro-brasileiras (SICAB) da Fundação Palmares. De fato, a pesquisa sobre o Quilombo do Rio das Rãs aponta para um campesinato negro, formado por libertos e seus descendentes desde o final do século XVIII, que se dirigiu para a região em busca de um projeto camponês em grande parte efetivado por diversas formas tradicionais de posse da terra, só ameaçadas a partir de meados do século XX.

No sudeste do Brasil, com relativo paralelismo nas áreas do sul do país, as pesquisas históricas e antropológicas mais aprofundadas sugerem fortemente que as comunidades dos quilombos estão diretamente ligadas à última geração de cativos africanos, estimada em cerca de um milhão de pessoas chegadas ao Brasil por força da demanda da expansão cafeeira, principal produto de exportação brasileiro no século XIX, espaiadas desde os portos clandestinos do litoral para as demais lavouras comerciais da região. É significativa a concentração de comunidades em zonas litorâneas, reconstituindo o mapa dos desembarques clandestinos de escravos após 1831¹⁶, data da primeira lei

¹⁵ Por ângulos diferentes, o processo de mobilização política e de construção da identidade quilombola em Rio das Rãs aparece estudado em duas teses de doutorado, MARC, 1999 e VERAN, 2000.

¹⁶ É o caso, por exemplo, das comunidades de Manguinhos, Rasa, Marambaia, Bracuí e Campinho da Independência, no Rio de Janeiro, todas em áreas de antigos portos clandestinos de desembarque de escravos. Cf. RIOS E MATTOS, 2005, parte II, cap. 4.

brasileira de extinção do tráfico atlântico de escravos. Tais grupos estão também presentes nas antigas áreas escravistas de exportação, muitas vezes disputando a propriedade das antigas fazendas onde seus antepassados serviram como escravos¹⁷. Encontram-se, ainda, em antigas áreas de fronteira agrícola aberta, onde por vezes existiam menções a antigas comunidades de escravos fugidos, mas para onde os últimos libertos também se dirigiram, imediatamente antes e após a abolição, em busca de um projeto camponês a ser vivido coletivamente. Este parece ser o caso, especialmente, das comunidades do Espírito Santo¹⁸. Em alguns casos também os novos quilombos são fruto de movimentos migratórios de famílias dos últimos libertos ao longo do século XX¹⁹. Em mais de uma das comunidades identificadas foi possível reconstituir genealogias até os africanos escravos chegados à região no século XIX²⁰.

A família como linhagem, os nomes próprios que se repetem em cada geração ou se transformam em sobrenomes, a parentela como referência de pertencimento ao grupo, práticas comuns às antigas comunidades de senzala do Brasil oitocentista, apresentam-se como regularidades nas

¹⁷ É o caso das comunidades de São José da Serra e de Quatis, no Rio de Janeiro, de Cafundós, em São Paulo, e de Morro Alto, no Rio Grande do Sul, entre muitas outras. Cf. RIOS e MATTOS, 2005, parte II, cap. 4; SLENES, 1996; BARCELLOS, 2004.

¹⁸ É o caso, entre outros, do quilombo do Laudêncio. Cf. MARTINS, 1997 e OLIVEIRA, Osvaldo Martins de. “Quilombo do Laudêncio, município de São Mateus (ES)” In: O’DWYER, 2002.

¹⁹ É o caso do quilombo Silva, no Rio Grande do Sul. Cf. CARVALHO e WEIMER, 2004.

²⁰ Cf. RIOS e MATTOS, 2005, Parte II, cap. 4.; SLENES, 1996, e BARCELLOS, 2004.

comunidades dos quilombos²¹. Neste sentido, as comunidades dos quilombos que emergem da aplicação do artigo constitucional emprestam visibilidade a um campesinato negro formado no processo de desagregação da escravidão no Brasil, que, de certa maneira, sobreviveu ao intenso processo de urbanização sofrido pela sociedade brasileira nos últimos cinquenta anos.

Como é amplamente conhecido, o ato legal de abolição definitiva da escravidão no Brasil se fez por uma lei assinada pela princesa regente, que simplesmente declarava abolida a escravidão no Brasil e revogava as disposições em contrário, em 13 de maio de 1888 (Lei Áurea). Após a lei, e durante alguns anos, os ex-senhores continuaram a se organizar politicamente demandando indenização pela perda de sua propriedade em escravos. Quase não se discutiu formas de reparação aos ex-escravos, mas nos meses finais da monarquia, a questão da “democracia rural”, com a discussão de projetos que incluíssem algum tipo de acesso à terra aos recém-libertos, foi postulada por setores abolicionistas como um complemento necessário da abolição da escravidão²². Com a regulamentação do art. 68 dos ADCT da Constituição de 1988, com mais de cem anos de atraso, a possibilidade de desenvolver políticas de reparação aos descendentes dos últimos africanos escravizados, libertos no século XIX, pode vir a se concretizar.

²¹ Sobre o papel do parentesco e dos nomes próprios, nas comunidades escravas brasileiras do século XIX, cf. SLENES, 1998 e RIOS, 1990; sobre a noção de linhagem e o papel do nome nas comunidades de quilombo contemporâneas, cf., entre outros, SLENES, 1996; BARCELLOS, 2004 e MATTOS, 2004, parte I, cap. 3.

²² Cf. SANTOS, C. A. “Projetos Sociais Abolicionistas. Rupturas ou Continuismo?” IN: REIS, 2000, pp. 54-74.

Neste sentido, a recente visibilidade da questão quilombola exige uma profunda revisão nos modelos de gestão utilizados para a implementação de políticas públicas. Os quilombos se constituem em um sistema onde as dimensões sociopolíticas, econômicas e culturais são centrais para a construção e atualização de sua identidade, estruturada ao longo dos anos com base na memória da escravização, da diáspora africana e das formas de resistência cultural desde então engendradas. Dessa forma, buscam a equidade de maneira peculiar trazendo à tona a discussão do desenvolvimento imbricado na questão da identidade.

3. O patrimônio imaterial das comunidades quilombolas

O art. 215 da Constituição Federal garante o pleno exercício dos direitos culturais e acessos às fontes da cultura nacional, além de apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais; especificamente em seu § 1º, que define que “o Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, além de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional”. Neste sentido, as políticas públicas relativas às comunidades remanescentes dos quilombos devem voltar-se basicamente para a proteção do patrimônio imaterial a elas ligado, fortemente associado às heranças culturais da diáspora africana no país, em especial da última geração de escravizados, chegada ao território brasileiro na primeira metade do século XIX.

Para reforçar este ponto, passo a analisar algumas evidências produzidas pelo projeto Memórias do Cativo, do Laboratório de História Oral e Imagem (LABHOI) da Universidade Federal Fluminense, que reuniu e analisou entrevistas de descendentes de escravos das antigas áreas

cafeeiras do centro-sul do país (Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo), que concentravam a maioria dos escravos às vésperas da abolição definitiva do cativeiro. As entrevistas de história oral, que deram origem a um livro e um DVD, não guardavam qualquer preocupação inicial com o tema das comunidades dos quilombos, mas diversos grupos visitados pelos pesquisadores do LABHOI passaram a identificar-se como comunidades quilombolas ao longo do desenvolvimento do projeto²³. Assim, os resultados alcançados ilustram de maneira expressiva as possibilidades do trabalho histórico com a memória coletiva e o patrimônio imaterial presente nessas comunidades.

São os aspectos simbólicos da memória familiar da escravidão que mais se destacam nas narrativas, elaboradas e reelaboradas em função de relações tecidas no tempo presente, como em todo trabalho de produção de memória coletiva. No entanto, para o desenvolvimento deste artigo, escolhi colocar primeiramente em relevo os aspectos históricos referentes à escravidão oitocentista, isto é, referidos a experiências empiricamente comprováveis, existentes nos relatos reunidos.

Entre eles, destaco especialmente as referências à estrutura do tráfico atlântico clandestino (1831-1856) e também ao tráfico interno que lhe sucedeu. Os desembarques clandestinos de escravos africanos estão referidos de modo surpreendente nas narrativas, especialmente de moradores de comunidades litorâneas do Rio de Janeiro, situadas próximas de praias onde se tem registro de desembarque ilegal de escravos (como Marambaia, Bracuhy e Rasa).

²³ O projeto resultou no livro *Memórias do Cativeiro. Família, Trabalho e Cidadania no Pós-Abolição* (RIOS e MATTOS, 2005) e em um DVD de mesmo título, com roteiro baseado no livro, com direção e montagem de Guilherme Fernandez e Isabel Castro.

A identificação de origem na África Central dos antepassados, em especial na utilização das designações de procedência usuais no século XIX (Bento Monjola; Tio Congo etc.) é outra referência repetida, fortemente ancorada em evidências históricas.

As referências à separação de famílias no tráfico interno (“minha avó dizia, nunca mais eu vi meus pais, foi ser escrava em outra fazenda”²⁴) são também recorrentes, foram comprovadas empiricamente em mais de um dos casos registrados, e correspondem ao que a pesquisa histórica registra para o período²⁵.

Apesar das referências históricas ao trauma do tráfico negreiro na origem familiar, os personagens cativos com identidade própria nas narrativas são aqueles inseridos em uma comunidade escrava mais antiga e diferenciada, distinguindo-se dos demais. A memória genealógica referida a antigas comunidades de senzala está na base de constituição da nova identidade quilombola na maioria das comunidades negras das antigas regiões cafeeiras.

Via de regra, os antepassados dos depoentes apareceram classificados nas narrativas em três diferentes gerações: aqueles que chegaram ainda sob a vigência do tráfico transatlântico – os africanos; seus filhos nascidos no Brasil – ainda escravos ou “ventre-livres”; e seus netos nascidos já no tempo da liberdade. Destaca-se, neste caso, a relevância na memória familiar do impacto de medidas legais de profundo alcance na redefinição das relações cotidianas entre senhores e escravos e entre os cativos entre si no século XIX: a extinção do tráfico africano (1850) e a Lei do Ventre Livre (1871); medidas que se apresentariam pouco presentes nas celebrações públicas relativas ao calendário abolicionista estruturadas após a Lei Áurea e o advento do período republicano.

²⁴ Cf. Depoimento de D. Júlia, Labhoi-UFF, 1994.

²⁵ Cf., entre outros, MATTOS, 1998, pp 337-384.

O início dos processos de identificação e demarcação das chamadas “terras de preto” como remanescentes dos quilombos e as novas veiculações públicas, na escola e na mídia, dos significados da escravidão, impactaram significativamente a memória coletiva dos grupos estudados. Neste novo contexto, narrativas de fugas emergiram nos depoimentos, antes silenciadas. Na comunidade de São José da Serra, em uma série de depoimentos de um dos mais velhos moradores, após os contatos da Fundação Palmares e o reconhecimento do grupo como remanescente das comunidades dos quilombos, um avô que veio fugido de uma fazenda para a outra em busca da proteção do fazendeiro, antes pouco mencionado, ressurgiu como herói, e o fazendeiro que o “acoitou”, como organizador de quilombos. A “Fazenda do Ferraz” era também o “Quilombo do Ferraz”²⁶. Mas foram os filhos e netos de nossos depoentes, os mais velhos deles nascidos em meados do século XX, que construíram a nova identidade quilombola. Recuperaram as narrativas de seus pais e avós, mas desenvolveram para elas novas interpretações. Neste novo contexto, práticas culturais com origem no tempo do cativo, como o jongo e o caxambu, por exemplo – canto e dança em roda ao som de tambores – foram transformadas em capital simbólico para afirmação da identidade quilombola²⁷.

A identidade étnica de um grupo é a base para sua forma de organização, para a sua relação com os demais grupos e a

²⁶ Cf. entrevistas de Manoel Seabra, da Comunidade de São José da Serra, Catálogo de História Oral, Acervo Memórias do Cativo, LABHOI-UFF, 1998, 2003, 2004 e 2005 e DVD *Memórias do Cativo* (LABHOI-UFF, 2005).

²⁷ Cf. conferência e entrevista de Antônio Nascimento Fernandes, Comunidade de São José da Serra, Catálogo de História Oral, Projeto Memórias do Cativo, LABHOI-UFF, 2003; RIOS e MATTOS, 2005, parte II, cap. 4; DVD *Memórias do Cativo*, LABHOI-UFF, 2005.

sua ação política. A maneira pela qual os grupos sociais definem a própria identidade é resultado de uma confluência de fatores, escolhidos por eles mesmos: de uma ancestralidade comum, formas de organização política e social, a elementos lingüísticos e religiosos (BARTH, 1969). O reconhecimento oficial como comunidades dos quilombos nomeia e redefine a constituição dos grupos de parentesco descendentes da última geração de africanos nas antigas áreas cafeeiras do centro-sul do país, que passam a atuar politicamente como grupos étnicos organizados a partir da memória do tempo do cativo e da posse coletiva dos territórios ocupados.

4. O Quilombo São José e o turismo cultural como via de inclusão

Neto e bisneto de escravos, um deles africano, Manoel Seabra [85] e Antônio Nascimento Fernandes [58] nasceram na mesma fazenda em que seus antepassados serviam como escravos, quando, em 1888, se aboliu a escravidão no país. Como representantes da Associação da Comunidade Negra Remanescente de Quilombo da Fazenda São José da Serra, oficialmente criada em 21 de junho de 2000, pleiteiam para o grupo, como remanescentes de quilombo, a posse da terra da antiga fazenda, para nela desenvolverem projetos de turismo cultural²⁸.

Manoel Seabra é um dos mais velhos moradores da comunidade e “porta-voz autorizado” da memória do grupo²⁹. Quando de nossas primeiras visitas à Fazenda São

²⁸ A Fazenda de São José da Serra está localizada na Serra da Beleza, no distrito de Santa Isabel do Rio Preto, no Município de Valença, a cerca de 3km da estrada [de terra] que liga Santa Isabel a Conservatória [12km de Santa Isabel, 22km de Conservatória].

²⁹ Sobre o papel dos porta-vozes autorizados nos processos de identificação coletiva, cf., entre outros, BOLTANSKI (1982, sobretudo cap. 2).

José da Serra, sob os auspícios da Fundação Palmares, apenas seu Manoel Seabra e sua irmã, D. Zeferina [mãe de Antônio Nascimento Fernandes], falaram oficialmente em nome do grupo aos pesquisadores. Os demais moradores lhes delegaram, de forma explícita, esta responsabilidade, mesmo durante a convivência mais cotidiana com a antropóloga Lídia Meirelles, à época da produção do laudo de identificação como remanescentes de quilombo³⁰.

Antônio Nascimento Fernandes, mais conhecido como Toninho, é sobrinho de Manoel Seabra e Vice-presidente da Associação de Comunidades de Quilombo do Estado do Rio de Janeiro [2004]. Foi Subprefeito e Coordenador de Cultura Negra no Município de Valença, além de Vereador, entre 1996 e 2000. Sua trajetória pública se confunde com a da transformação dos antigos colonos descendentes de escravos da Fazenda de São José da Serra, na atual Comunidade de Quilombo do mesmo nome³¹.

³⁰ Em 1998, no âmbito de projeto coordenado por Eliane Cantarino O'Dwyer para a Fundação Palmares e o Instituto de Terras do Rio de Janeiro, redigi juntamente com a antropóloga Lídia Meirelles o relatório de identificação como "comunidade remanescente de quilombo nos termos do art. 68 do ADCT (Ato das Disposições Constitucionais Transitórias) da Constituição de 1988" da Comunidade Negra Rural de São José da Serra (MATTOS e MEIRELES, 1998).

³¹ Em 29 de novembro de 2003, o grupo de *jongo* da Comunidade de São José da Serra foi convidado a se apresentar no CCBB (Centro Cultural Banco do Brasil), na cidade do Rio de Janeiro, no contexto da Exposição Arte da África. Na véspera da apresentação, a meu convite, Antônio Nascimento Fernandes e seu tio Manoel Seabra do Nascimento visitaram o *Laboratório de História Oral e Imagem* (LABHOI-UFF) no *Campus* do Gragoatá da Universidade Federal Fluminense, quando foram entrevistados por mim e pela Prof.^a Martha Abreu, no âmbito do projeto *Memórias do Cativo* (MC) do LABHOI. Neste dia, Toninho fez ainda uma conferência para meus alunos da disciplina de História Oral do segundo semestre de 2003.

Antônio Nascimento Fernandes é filho de Zeferina Nascimento e Sebastião Fernandes, o Sebastião Zequinha, ambos netos de antigos escravos da Fazenda São José. Impressiona, na genealogia da família, a repetição de nomes, desde o tempo do cativo, e a detalhada memória familiar de seus antepassados³². Sebastião era filho de José Geraldo e neto do ex-escravo Geraldo, que contava 22 anos quando acabou a escravidão e que o bisneto ainda conheceu, morando no lugar denominado Bocaina. Zeferina tinha o nome da avó Zeferina, ex-escrava, casada com o Velho Dionísio, nascido na São José pela mesma época, pois – segundo ela – o pai tinha “uma porção de irmãos ali” (MC, Zeferina Nascimento Fernandes, 15/5/1995). Dionísio era maestro e tocava clarinete, mas é lembrado por netos e bisnetos como um homem terrível, que tratava os filhos com mão de ferro, a figura típica do “pai-senhor”. Apesar dos muitos filhos, a maioria deles deixou as terras da fazenda, rumo às plantações de laranja de Nova Iguaçu ou à cidade do Rio de Janeiro, nas décadas de 30 e 40 do século passado³³. Brandina, a mãe de Zeferina, permaneceu na São José, mas casou-se cedo, por escolha do pai, com um amigo dele, muitos anos mais velho. Este, porém, se mostrou um “bom marido” e a livrou, segundo ela contava aos filhos e

³² Conseguimos localizar, nos Livros de Assento de Batismo e Casamento da Paróquia de Santa Isabel do Rio Preto, todos os ascendentes citados nos depoimentos de Antônio Nascimento Fernandes.

³³ As informações sobre a migração dos tios para as plantações de laranja de Nova Iguaçu, presentes na entrevista de Antônio Nascimento Fernandes, aparece de forma bem mais detalhada nos depoimentos de sua mãe, D. Zeferina do Nascimento [1995], e de seus tios, Manoel Seabra [1998, 2003] e Florentina do Nascimento [2003]. Segundo eles, seus pais Manoel e Brandina tiveram 12 filhos.

netos, dos castigos até então freqüentes³⁴. Segundo os depoimentos de seus três filhos, ainda residentes na fazenda, Manoel Seabra, marido de Brandina e avô de Toninho, chegou na São José ainda de colo, vendido como escravo da Bahia, junto com o pai e a mãe [Pedro Cabinda e Militana], também em meados do século XIX. Toninho nasceria nas mãos da avó Brandina, parteira da região, em 1946. O batismo seria feito no mesmo ano, pois “as crianças morriam muito” e “não deixavam morrer pagão. Morria o corpo, mas não o espírito” (MC, Antônio Nascimento Fernandes, Niterói, 18/11/2003).

Ainda muito jovem, decidiu deixar a fazenda: “Eu saí um pouquinho na marra... eu era um garoto até um pouco rebelde dentro da comunidade”. Primeiro, seguiu o destino comum da família, buscando trabalho na Baixada e no Rio de Janeiro, trabalhando como “valeiro”, depois se alistou no serviço militar [1969]. A passagem para a reserva, como sargento do Exército, e a morte do pai o trouxeram de volta à fazenda, em 1979. Ali, voltou a plantar milho e feijão, mas decidiu morar em Santa Isabel, na casa do sogro, “pois tinha filho em idade escolar” e a escola pública existente em terras da fazenda, construída na década anterior, só possuía as quatro primeiras séries (MC, Antônio Nascimento Fernandes, 2003).

³⁴ A narrativa sobre os maus-tratos do pai, o casamento obrigado e o bom relacionamento posterior do casal, apesar de Brandina permanecer chamando o marido de seu Manoel por toda a vida, aparece nas entrevistas de Zeferina, Manoel e Florentina, filhos dos mesmos, e do neto Toninho. O casamento realizou-se em 23 de maio de 1903, ele com 34 anos e ela com 14, conforme se encontra registrado no Livro II, folha 81, termo 6, da Paróquia de Santa Isabel do Rio Preto.

Quando Toninho voltou para a fazenda, em 1979, conta que havia uma capelinha em cima do morro, que caiu pouco tempo depois. Naquela época, segundo ele, “a comunidade praticamente não tinha patrão”. Ele e a mãe decidiram, então, fazer uma capela embaixo, no terreiro, para levantar o moral de todos, abalados com a morte de seu pai. Desde então, as tradicionais festas que aconteciam no 13 de maio, na casa de D. Zeferina, passaram a acontecer no terreiro, duas vezes por ano, aparentemente tomando como referência o calendário abolicionista – 13 de maio e 28 de setembro³⁵. Estas festas eram abertas a convidados e nelas se fizeram leilões para ajudar a construção da nova capela (MC, Antônio Nascimento Fernandes, 2003).

As festas e o relativo isolamento da comunidade começaram a atrair a atenção de pesquisadores e jornalistas. Um enviado do Prefeito de Valença foi à casa de Toninho, em Santa Isabel, em 1994, para intermediar uma visita da TV ao grupo. Segundo Toninho, ele recusou a visita, alegando que o Prefeito nunca tinha pisado lá e que só atenderia a um pedido dele depois que ele próprio visitasse o local. Como resultado, a TV não esteve nas terras da São José da Serra naquele ano, mas o Prefeito foi visitá-los e Toninho acabou Subprefeito do distrito de Santa Isabel, onde a fazenda está localizada (MC, Antônio Nascimento Fernandes, 2003).

³⁵ Uso o advérbio “aparentemente” porque, se D. Zeferina enfatizava o caráter tradicional da comemoração do 13 de maio, Toninho irá considerar que a festa em 28 de setembro foi instituída por ele, já nos anos 1980 e não tinha qualquer relação com a comemoração da Lei do Ventre Livre além da mera coincidência. A rápida mudança da relação de Toninho com a memória da abolição, a partir de seu contato com o movimento negro, talvez explique tal “coincidência”, que não pode, entretanto, ser totalmente descartada.

Com sua entrada na política, consolidou-se, como identidade coletiva, a “comunidade negra rural de São José da Serra”, e o grupo de *jongo* começou a fazer apresentações na cidadezinha, em frente à igreja, liderados por sua mãe, D. Zeferina, e seu tio, Manoel Seabra. A partir da atuação política de Toninho junto ao movimento negro de Valença, em 1995, Ana Maria Lugão Rios (2001), então trabalhando na pesquisa para sua tese de doutorado, sobre a experiência dos libertos pós-emancipação no Vale do Paraíba fluminense, teve notícia da comunidade e entrevistou D. Zeferina, em Santa Isabel; a entrevista está depositada no acervo do LABHOI. Em 1996, Toninho se elegeu Vereador. No ano seguinte, seria publicada uma primeira grande reportagem sobre o grupo na revista *Isto é* [21/5/1997]. Em 1998, convênio entre a Fundação Palmares e o ITERJ (Instituto de Terras do Rio de Janeiro) trouxe uma equipe de antropólogos e historiadores para a comunidade, para sua identificação como remanescente de quilombo, nos termos da Constituição de 1988³⁶.

Em 2000, Toninho foi convidado pelo Prefeito a tornar-se Coordenador de Cultura Negra da Secretaria de Cultura de Valença, transferindo sua residência para a sede do Município; foi então responsável por levar o encontro regional de jogueiros para a cidade (Idem, *ibidem*).

Nesta altura, a comunidade negra rural já se havia tornado “comunidade negra remanescente de quilombo São José da Serra”, segundo o estatuto da Associação de Moradores, registrado em 21 de junho de 2000. Em um Município marcado pela nostalgia dos barões de café, o quilombo começou a transformar-se em referência turística e cultural. Em 2002, as festas de maio e setembro do quilombo da

³⁶ O laudo de identificação pode ser acessado em www.historia.uff.br/labhoi.

Fazenda São José já tinham virado uma espécie de “atração turística”, apesar da precariedade da infra-estrutura local, sendo divulgada no Rio de Janeiro por grupos especializados em música popular. O *jongo* da São José virava espetáculo. As viagens do grupo de *jongo* para fora da comunidade tornaram-se uma constante. Em 2003 e 2004, apresentaram-se no SESC da Tijuca e no CCBB [Rio de Janeiro], com mais de quarenta integrantes e foram destaques em reportagens de diversos jornais e televisões³⁷. Em final de 2004 gravaram um Cd livro com apoio do SESC-Rio de Janeiro e da ONG Brasil Mestiço. Apesar da precaríssima estrada de terra que dá acesso ao quilombo, a festa de maio de 2005 reuniu cerca de 2.000 pessoas que lotaram os dois hotéis de Santa Isabel do Rio Preto e alugaram até quartos em casas de família na cidadezinha.

A narrativa de Toninho sobre o *jongo* reproduz alguns dos elementos básicos dos relatos da geração de seus pais e avós, ao mesmo tempo em que produz um rompimento básico em relação ao suporte tradicional que lhe dava forma. Em conferência a uma turma de graduação em história da Universidade Federal Fluminense, Toninho assim abordou o surgimento do *jongo* na comunidade.

E o Jongo na Comunidade São José da Serra, eu vou falar um pouquinho do Jongo. O Jongo da Comunidade São José da Serra é uma das coisas que a gente tem consciência [que] é uma das coisas boas, porque o Jongo ele foi criado assim: no tempo da escravidão, então o negro vinha lá de fora da África e quando chegava no Brasil eles faziam tudo pra poder trocar, tirar parentesco, grau de parentesco. Cada um levava para um lugar aí até com língua diferente [...] até dialeto

³⁷ Entre outros, destaque: *O Globo*, 11/5/2003 e 20/11/2003, *Jornal do Brasil*, 23/11/2003; *O Dia*, 5/5/2004; *Jornal Nacional*, TV GLOBO, 13/5/2004.

não falava o mesmo [...] para poder complicar a convivência deles nas comuni... nas fazendas. E no Jongo, os negros se organizaram através do cântico. Então começaram a cantar... e cantando eles se conheciam, através do canto e daquilo foi surgindo algum namoro, nas lavouras de café. E passaram a um confiar no outro. E assim foi criado o Quilombo também. Porque o Jongo ele é um cântico não decifrável. Porque o cara cantava, combinava quem ia fugir, como ia fugir, quando iria fugir, com quem iria fugir. Mas os feitores, que ficavam o dia todo nas lavouras de café não tomavam conhecimento daquilo. Aí foi indo, com o passar do tempo, aí foi criando os quilombos. Veio o dos Palmares, depois vêm outros quilombos como hoje é o de São José da Serra [...].

Para Toninho, o *jongo* desestimulou a compra de escravos, pois as fugas foram aumentando e eles passaram a se desinteressar da compra. Talvez uma curiosa metáfora para a extinção do tráfico negreiro. A partir daí, o *jongo* foi crescendo, crescendo nas fazendas, até que, um dia, uma criança “abriu o bico” e disse como as fugas eram planejadas e “o negro velho passou a proibir a participação dos mais jovem”. Assim se explicaria a interdição das crianças nas práticas do *jongo* tradicional.

Por outro lado, preocupados em parar as fugas, os donos das fazendas começaram a trazer o *jongo* para o terreiro do café. Na verdade, eles também “gostavam do troço”. Toninho relata, assim, uma certa rotinização do *jongo* dentro das fazendas, com o aval dos proprietários. Ainda segundo ele, com o passar do tempo, a lavoura de café foi perdendo força e os negros, dispensados dela depois da abolição, “ficaram andando de um lado para o outro” e alguns vieram para a cidade grande. “Essas favelas que estão aí também são criação dos negros [...] eu mesmo tenho muita gente na favela do Salgueiro”. Na cidade, face ao ritmo mais

acelerado da vida urbana, o *jongo* teria dado lugar ao samba. “Então é isso aí um pouquinho da história da comunidade e da história do *jongo*”.

Mas Toninho não nos fala apenas da história da comunidade e da do *jongo*. Não se recusa a falar da história da escravidão de uma maneira mais geral.

Para falar do tempo da escravidão, recupera narrativas muito próximas das encontradas no acervo *Memórias do Cativo*. Atribui estas histórias ao avô José Geraldo, entre as quais se destaca, além da ênfase na importância do parentesco, a narrativa sobre a chegada à fazenda de escravos africanos tão debilitados que seriam enterrados vivos.

Recusa, entretanto, o marco da abolição, que, no acervo *Memórias do Cativo*, é o principal recurso de periodização a separar o “tempo do cativo” e o “tempo da liberdade” e, nas narrativas da mãe e do tio, estrutura a própria história do grupo. As relações crescentes de Toninho com o movimento negro explicam a rejeição política ao marco 13 de maio que, segundo seu ponto de vista, precisaria ser esvaziado. Relata, entretanto, as dificuldades de inserir o 20 de novembro entre as comemorações da comunidade. A solução parece ter sido enfatizar o calendário religioso, ligado às festas dos santos.

[...] Porque essa data de 20 de novembro para os negros, que mora assim na roça lá, é uma data bem recente. Isso aí começou a ser trabalhado a partir dos 300 anos de Zumbi. Faz nove anos. Então você vê, é um troço muito recente. Hoje nós estamos sabendo, [por]que de primeiro a gente trabalhava muito 13 de maio, que a Princesa Isabel fez isso, mas hoje nós temos que a Princesa Isabel apenas assinou uma das coisas que já tinha acontecido... o negro não foi libertado, o negro conquistou sua liberdade. É isso que eu faço questão de frisar em todo lugar que eu vou. A liberdade

do negro com aspas, porque não temos ainda tal, tal a total liberdade, ela foi conquistada, nada de Princesa Isabel assinou. Então pra gente mesmo, hoje, eu que tenho consciência, é o 20 de novembro, mas é uma data bem recente. Eu fui lá em Guaratinguetá, eu vi o cara cantando jongo em louvor à Princesa Isabel. Então eu voltei de lá bem magoado, mas não pude falar nada porque a gente precisa de tempo pra trabalhar isso aí. Então hoje nós temos que fazer o que? Zumbi, trabalhar o Zumbi.

[...]

Porque de repente o Tio Maneco [Seu Manoel Seabra] pode estar lá [em entrevista com Martha Abreu e Hebe Mattos] falando em nome da Princesa Isabel, defendendo a Princesa Isabel, então a visão totalmente diferente da minha, mas eu tenho que respeitar...

[...]

[Atualmente] a comunidade comemora mesmo é dia de Santo Antônio, é o dia de São Pedro, São João, Santa Bárbara que é o dia que é um pouquinho ligado a Umbanda e São José que não tem muito a ver, mas é o Santo da fazenda, é o dono da fazenda e é ali que nós estamos procurando nosso espaço.

Procurando este espaço, foi criada a “Associação da Comunidade Negra Remanescente de Quilombo São José da Serra”, registrada no Cartório do 1º Ofício de Notas da Comarca de Valença, em 21 de junho de 2000. Segundo o estatuto, são objetivos da Associação, enquanto sociedade civil sem fins lucrativos, conforme seu artigo quarto:

Par. 1. Promover o turismo cultural próprio das suas tradições na região;

Par. 2. Revigorar os laços da unidade familiar, introduzindo hábitos alimentares naturais e habitacional [sic];

Par. 3. Criar progressivamente estrutura própria de distribuição dos produtos de forma a evitar a subjugação de formas injustas de intermediação dos bens produzidos;

Par. 4. Promover o apoio e a execução de formas de associação de bens e trabalho coletivo entre os lavradores, sob o regime comunitário;

Par. 5. Estimular e incentivar a fixação do homem no setor rural, buscando evitar o êxodo rural;

Par. 6. Desenvolver o aprimoramento da mão-de-obra, através da alfabetização e profissionalização dos seus membros em artesanato ou similares.

Entre os vários objetivos da associação, é clara a prioridade dada ao turismo cultural, para o qual a prática do *jongo* se apresenta como fator fundamental. Atualmente, a comunidade recebe escolas para visitas de um dia, tendo um convênio assinado com a Prefeitura de Volta Redonda. À medida que consigam alguma melhoria do ponto de vista material (por enquanto os ganhos são principalmente simbólicos), os moradores do quilombo pretendem construir novas habitações diferentes das tradicionais de estuque e sapê, mas planejam manter as construções atuais como lugares de memória, abertos à visitação. Neste contexto, o *jongo* do Quilombo São José une tradição e inovação – passado e futuro – nos projetos traçados para a comunidade:

Nós pensamos em coletividade. Já temos um projeto de reflorestamento, de agricultura pequena de hortaliça, fábrica de doces, criação e artesanato. Então nós já temos um projetão para manter a comunidade unida. Dividir criação de porcos, galinha... cada um trabalhando numa área mas dentro da associação. O cara pode ter um pequeno cercado [...] um pequeno cercado para manter como mantém hoje, mas o grande mesmo, onde está a massa, vai ficar com a

coletividade, dentro da associação. E todo o dinheiro que a gente ganhar na comunidade vai para a associação e no final do mês a gente [re]parte [...].

[...]

Ao criar o estatuto [da comunidade] nós dissemos que só pode permanecer na comunidade filho da comunidade, parente da comunidade, mas através da associação. A pessoa de fora, para voltar para a comunidade, tem que passar pela associação. Então se alguém mudar da comunidade, aquela casa fica para a associação. Então é a associação que vai cuidar daquilo. [...] Mas eu vejo também a salvação disso tudo é o Jongo. A gente [...] vem aqui no Rio, amanhã mesmo a gente vai ficar aqui no Banco do Brasil, isso aí deixa o pessoal da comunidade muito otimista, porque lá no distrito de Santa Isabel ninguém viaja mais do que a comunidade de São José da Serra. E eu deixo eles bem conscientes, por que isso? Por causa do Jongo, é o carro-chefe. E para que tenha o Jongo tem que ter o quê? União. Sem união não pode. O Jongo não canta sozinho e nem dança sozinho, precisa de um grupo. Então é isso que a gente está trabalhando muito com as crianças... amanhã nós vamos estar aí com crianças... dançando o Jongo, até criança de seis anos, cinco anos... tem criancinha lá que está com dois anos e já sabe... bota lá e a gente já deixa. É um troço que no passado não podia, mas a gente deixa porque eu acho que o salvador da comunidade vai ser o Jongo.

5. Reflexões finais sobre o turismo social nas comunidades dos quilombos a partir do caso do Rio de Janeiro

Apesar da herança comum relativa às últimas gerações de escravos africanos, ao sentido de identidade étnica e à organização coletiva do uso da terra, são inúmeras as especificidades e diferenças entre as muitas comunidades dos quilombos espalhadas pelo país. A extensão das terras ocupadas, o número de moradores e as regras definidoras de pertencimento e exclusão são extremamente diferenciados nas diversas regiões. O turismo social como estratégia de sobrevivência apresenta-se como um projeto possível apenas para algumas dessas comunidades, especialmente quando são protagonistas de práticas artísticas ou artesanais valorizadas no mercado cultural, como é o caso do Quilombo de São José da Serra.

São muitas, entretanto, as armadilhas que podem estar embutidas nessa proposta. Especialmente a tentação de romantizar e folclorizar o passado, com perda das referências comunitárias que permitem às chamadas tradições culturais serem praticadas de forma integrada ao cotidiano do grupo. Além disso, o ritmo das transformações pode acelerar-se de tal modo que acabe por comprometer as bases comunitárias de renovação da cultura do grupo.

Mudanças e transformações na cultura tradicional não são em si mesmas problemas. Ao contrário, as práticas culturais com origem nas tradições trazidas pela última geração de africanos para as antigas regiões cafeeiras nunca deixaram de modificar-se. O desafio é conseguir que tais modificações, geradas pela modernização e pelo acesso a novos bens de consumo, não terminem por inviabilizar as bases comunitárias que permitiram que tal processo criativo se

desenvolvesse da forma como até agora se desenvolveu, isto é, valorizando a herança imaterial dos antepassados e enfatizando um senso de identidade coletiva. Neste sentido, as especificidades e diferenciais socioculturais devem ser ressaltados, valorizados e priorizados quando da montagem de um modelo de desenvolvimento sustentável para as comunidades quilombolas. Também a inserção dos representantes das comunidades como interlocutores junto às agências governamentais (inclusive do ponto de vista jurídico) deve ser priorizada, como forma de garantir o protagonismo quilombola em um processo de implantação de atividades turísticas em suas comunidades. Neste sentido, a atividade turística não pode comprometer a sustentabilidade ambiental, cultural e política do grupo, sob pena de perder os próprios fundamentos que tornaram possível que o turismo social se apresentasse para eles como possibilidade de sobrevivência.

Por outro lado, parece-me fundamental conseguir integrar a memória das comunidades e de suas tradições culturais à história da região em que se encontram localizadas. Nesse sentido, o exemplo da história das comunidades quilombolas do Estado do Rio de Janeiro é bastante ilustrativo, pois esta se fez diretamente relacionada à história da expansão cafeeira na região desde princípios do século XIX.

O atual Estado do Rio de Janeiro apresentava-se, em finais do século XIX, como a principal província escravista do então Império do Brasil. De acordo com a Diretoria Geral de Estatística, a Província do Rio de Janeiro contava com 301.352 escravos em 1874, sendo a segunda em números absolutos de escravos e a primeira em números relativos, 39,7% da população. Segundo Relatório do Ministério da Agricultura, de 14 de maio de 1888, foram libertados no Rio de Janeiro, com a aprovação da Lei Áurea, 162.421

pessoas, 22,4% do total no país (CONRAD, 1978, Tabela 2, p. 345, Tabela 18, p. 359).

Ao norte do Estado, uma importante agricultura de cana-de-açúcar se desenvolvera desde o século XVIII. Ultrapassada a Serra do Mar, nas altitudes médias do Vale do Rio Paraíba, desenvolvera-se, desde o início do século XIX, uma intensa expansão do cultivo do café, que rapidamente se tornou o principal produto de exportação do país. Até a extinção definitiva do tráfico africano, em 1850, as fazendas de café do Vale do Paraíba foram trabalhadas basicamente por escravos africanos, em geral falantes de línguas banto, que formavam, nas áreas de expansão da fronteira agrícola, até 90% do conjunto dos trabalhadores de uma *plantation* (SLENES, 1995). Após esta data, as fazendas cafeeiras continuaram a comprar trabalhadores cativos, agora das áreas menos prósperas, de pequenos e médios proprietários, numa grande cadeia de tráfico interno que envolveu as várias províncias do país (MATTOS, 1998, parte 2). Por outro lado, retraíram-se as pequenas e as médias propriedades escravistas, ao mesmo tempo em que crescia a produção camponesa (idem). Nas últimas décadas da escravidão, um pouco por toda parte, grupos de escravos fugidos buscavam misturar-se com o campesinato livre circundante, em grande parte descendente de antigos escravos libertos (GOMES, 1995; MACHADO, 1994).

No Rio de Janeiro, ao longo da costa, na qual desembarcavam os carregamentos clandestinos de escravos, que alimentaram a expansão cafeeira nas últimas décadas do tráfico africano [1831-1850], encontram-se as comunidades remanescente dos quilombos de Santa Rita do Bracuhy [Município de Angra dos Reis], Rasa [Município de Búzios], Caveira [Município de São Pedro da Aldeia], Marambaia [Município de Mangaratiba] e Campinho da

Independência [Município de Paraty], todas em áreas litorâneas, atualmente vocacionadas para o turismo. O tráfico atlântico de escravos aparece com destaque na memória social dessas comunidades. A partir das praias, os novos cativos eram redistribuídos para as áreas cafeeiras e canavieiras da Província. Esta prática é confirmada pela documentação de época, pelo menos no caso das fazendas litorâneas da Floresta e de Santa Rita do Bracuhy, de Joaquim de Souza Breves, em Mangaratiba e Angra dos Reis, respectivamente (ABREU 1995, BREVES, 1966).

De forma complementar, fora das áreas litorâneas do Estado, as outras duas comunidades identificadas [Quatis e São José da Serra] estão nas regiões mais antigas do Vale do Paraíba Fluminense. Após a chegada maciça de africanos de origem banto, nas décadas de 30 e 40 do século XIX, a região conheceu uma relativa estagnação, predominando, ao final do período escravista, comunidades escravas já antigas e estabilizadas. As condições de transformação de alguns destes grupos de parentesco [muitas vezes a meio caminho entre a escravidão e a liberdade, com parte da família ainda escrava e a outra vivendo nas cercanias da antiga fazenda, como roceiros livres] em economias camponesas, com posse coletiva da terra, através da herança dos ex-senhores, da simples posse ou da compra de terras em comum, nas décadas que imediatamente antecederam a abolição da escravidão e a ela se sucederam, têm sido destacadas por alguns autores, bem como as dificuldades que se seguiram para a manutenção desta situação (MACHADO, 1994, pp. 42-43; SLENES, 1996, pp.78-79).

Ambas as regiões conheceram um grande afluxo de africanos de cultura banto, na fase ilegal do tráfico de escravos no Brasil [1831-1850], que coincide com a primeira fase da

expansão cafeeira no Estado. Um significativo esvaziamento econômico se seguiu à abolição do cativo nas duas áreas, condição que obviamente influiu na relativa estabilidade dos grupos considerados, que se manteve até o último quartel do século XX, quando especialmente o crescimento do turismo e de atividades de lazer (casas de campo, hotéis etc.) viria questionar a posse tradicional das terras ocupadas. Segue-se, em geral, um período de conflito, com substanciais perdas de direitos, maior ou menor desestruturação dos modos de vida tradicionais e formas de desdobramento legal, diferenciadas em cada caso. A partir do final dos anos 1990, as demandas de terra e as identidades destes grupos se reorganizam enquanto “remanescentes de quilombos”, ao mesmo tempo em que crescem substancialmente o número e a qualificação de seus possíveis aliados. Práticas culturais de origem banto, especialmente o jongo e o caxambu são revalorizadas. Num novo contexto de legitimação dos direitos de posse da terra, reforçam-se os elementos que delimitavam as fronteiras dos grupos em relação à sociedade envolvente [da valorização, como marca de diferenciação, de práticas culturais como o jongo, à manutenção de um cemitério próprio em Santa Rita do Bracuhy].

O jongo, a folia de reis e outras manifestações próprias do complexo cultural cafeeiro, com forte presença nas comunidades dos quilombos do Rio de Janeiro e clara influência das culturas banto da África Central, estão sendo inventariadas em projeto de pesquisa coordenado na UFF pela historiadora Martha Abreu, com apoio da Petrobras. Todas estas referências de patrimônio imaterial podem ser facilmente articuladas com a cultura material existente no litoral fluminense e no velho Vale do Paraíba. Antigos caminhos, igrejas, senzalas, fazendas. Um navio negroiro

afundado é objeto de pesquisas arqueológicas da UNICAMP, no antigo porto do Bracuhy. Os casarões de café do Vale do Paraíba, organizados para o turismo histórico e cultural, podem e devem ser articulados com as comunidades dos quilombos e seu patrimônio imaterial. A sociedade escravista cafeeira formou-se basicamente com *escravos africanos*; eles constituíam a maioria da população nessas áreas e foram protagonistas da história econômica, social, política e cultural da região.

Como considerações finais, elenco alguns pontos para subsidiar as discussões que serão empreendidas nesse Seminário pelos profissionais envolvidos com a questão:

1) Uma primeira questão a ser problematizada é a da organização das comunidades quilombolas como atores coletivos, no contexto de projetos de desenvolvimento do turismo cultural no seu interior. Ou seja, em que bases serão organizados os processos de comercialização dos bens materiais e imateriais que deverão integrar o novo circuito econômico engendrado pelo turismo social. Como se articularão apropriação individual e coletiva dos recursos gerados? Obviamente, os integrantes das comunidades com suas formas atuais de organização devem ser os principais interlocutores nessa questão. Porém, ela deve ser pensada também no âmbito das políticas públicas, pois estas podem reforçar (a exemplo do art. 68 do ADCT da Constituição) os elementos de coesão e identidade étnica dos grupos ou, ao contrário, atuar como força dispersora, como de certa forma predominara até então. Afinal, as comunidades em pauta são, antes de tudo, sobreviventes de um processo de intensa exploração econômica e dispersão cultural.

2) Em segundo lugar, é preciso evitar a tentação de folclorizar os grupos quilombolas, adequando-os de forma mecânica ou ensaiada aos diferentes gostos dos turistas e suas

expectativas de autenticidade. Novamente não se trata de evitar as transformações e mutações estéticas e culturais, nem mesmo de tentar atuar reduzindo a velocidade delas, mas de buscar fornecer condições em nível local para que as relações internas ao grupo e suas instituições domésticas continuem na base das práticas culturais passíveis de serem comercializadas no circuito do turismo cultural. Nos últimos dez anos, foram intensas as transformações vividas pela comunidade do quilombo São José, acompanhadas de perto pela pesquisa etnográfica e histórica do LABHOI. Porém, as bases comunitárias da produção dessas transformações têm se mantido, em grande parte, graças ao papel da nova identidade quilombola na atualização das relações tradicionais de parentesco que uniam o grupo às terras da antiga fazenda e emprestavam consistência às práticas culturais que hoje abrem a possibilidade do turismo social (a religião, o jongo, a culinária, as hierarquias de idade e a valorização da memória).

3) Por fim, além do protagonismo das próprias comunidades, parece-me importante buscar parceiros nas pesquisas sobre patrimônio imaterial que vêm sendo desenvolvidas em diversas universidades. Pesquisadores autônomos da área cultural muitas vezes dividem-se entre “tradicionalistas” – que recusam as relações de mercado como conspurcadoras da “pureza” e “tradição cultural” das comunidades – e produtores culturais por vezes excessivamente atentos às demandas do mercado, ávido por “autenticidades fabricadas”. Neste sentido, além de antropólogos, economista e profissionais da área da cultura e do turismo, os historiadores podem oferecer uma contribuição importante para pensar propostas de integração das comunidades quilombolas ao turismo histórico regional.

Bibliografia Citada

- [ABREU, 1995,] Abreu, Martha. “O Caso do Bracuhy”. In: MATTOS, Hebe Maria e SCHNOOR, Eduardo (Orgs.). *Resgate – uma janela para o oitocentos*. Rio de Janeiro: Top Books, 1995.
- [ALMEIDA, 1989] Almeida, Alfredo Wagner Berno de “Terras de Preto. Terras de Santo. Terra de Índio” IN: Habette, J. e Castro, E. M. (orgs.) *Cadernos NAEA, UFPA*, 1989.
- [ALMEIDA, 1996] Almeida, M.H.T. , Fry, P. e Reis, E. (orgs) *Política e cultura: visões do passado e perspectivas contemporâneas*. São Paulo, ANPOCS/HICITEC, 1996.
- [ALMEIDA, 2002] Almeida, Alfredo Wagner Berno de (org.). *Terras de Preto no Maranhão: Quebrando o mito do isolamento*. São Luís: Centro de Cultura Negra do Maranhão (CCN-MA) e Sociedade Maranhense de Direitos Humanos (SMDH), 2002.
- [AZEVEDO, 1987] Azevedo, Célia. *Onda negra medo branco: o negro no imaginário das elites. Século XIX*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- [BARCELLOS, 2004] Barcellos, Daisy Macedo et alii. *Comunidade Negra de Morro Alto. Historicidade, Identidade e Territorialidade*. Porto Alegre, UFRGS Editora, 2004.
- [BARTH, 1969] Barth, Fredrik. *Ethnic groups and boundaries: the social organization of culture difference*. Boston: Little Brown & Co, 1969.
- [BOLTANSKI, 1982] Boltanski, Luc. *Les cadres. La formation d'un groupe social*. Paris: Minuit, 1982.
- [BREVES, 1996] Breves, Armando de Morais. *O reino da Marambaia*. Rio de Janeiro: Gráfica Olympica Ed., 1996.
- [CARVALHO, 2004] Carvalho, Ana Paula Comin e Weimer, Rodrigo de Azevedo. *Relatório de Identificação do Quilombo Silva*, RGS, Fundação Cultural Palmares, 2004.
- [CHALHOUB, 1990] Chalhoub, S. *Visões da liberdade: uma história das últimas décadas da escravidão na Corte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- [CONRAD, 1978] Conrad, Robert. *Os Últimos Anos da Escravatura no Brasil, 1850-1888*. Tradução de Fernando de Castro Ferro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- [DERSCHUM, 1999] Derschum, Frederico Guilherme. “Breve História da Fazenda de São José da Serra” (doc. 24a). (KOINONIA - Comunidade de São José da Serra, Fundação Palmares, processo 01420000100/99-99, dossiê encadernado), 1999.

[FUNES, 1995] Funes, Eurípedes. Nasci nas matas, nunca tive senhor: história e memória dos mocambos do baixo Amazonas. Tese (Doutorado) – FFLCH/USP, São Paulo, 1995.

[FUNES, 2000] Funes, Eurípedes. *Comunidades Remanescentes dos Mocambos do Alto Trombetas*. Comissão Pro Índio de São Paulo, dezembro 2000.

[GOMES, 1995] Gomes, Flávio S. *Histórias de Quilombolas: mocambos e comunidades de senzalas no Rio de Janeiro – século XIX*. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1995.

[GOMES, 2003] Gomes, Flávio S. *Experiências Atlânticas. Ensaios e Pesquisas sobre a escravidão e o pós-emancipação no Brasil*. Passo Fundo, FPF, 2003.

[GOMES, 2005] Gomes, Flávio. *A Hidra e os Pântanos. Mocambos, quilombos e comunidades de fugitivos no Brasil (séculos XVII-XIX)*. São Paulo, UNESP, 2005.

[GOMES e REIS, 1996] Gomes, Flávio S. e Reis, J. J. *Liberdade por um fio. História dos quilombos no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

[KNAUSS, 1999] Knauss, Paulo (org). *Cidade Vaidosa. Imagens urbanas do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Sette letras, 1999.

[MACHADO, 1994] Machado, Maria Helena. *O Plano e o Pânico. Os movimentos sociais na década da abolição*. Rio de Janeiro: UFRJ/EDUSP, 1994.

[MARC, 1999] Marc, René. “A Formação da Identidade Quilombola dos Negros de Rio das Rãs” de René Marc , Doutorado em História, Salvador, UFBA, 1999.

[MARTINS, 1997] Martins, Robson Luis M. *Os Caminhos da Liberdade: abolicionistas, escravos e senhores na Província do Espírito Santo 1884-1888*. História - Universidade Estadual de Campinas, 1997.

[MATTOS, 1998] Mattos, Hebe. *Das Cores do Silêncio. Os significados da liberdade no sudeste escravista - Brasil, séc. XIX*. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1998.

[MATTOS, 2004] Mattos, Hebe. *Marcas da Escravidão. Racialização, Biografia e Memória do Cativo na História do Brasil. Tese de Professor Titular em História do Brasil*. Niterói, Departamento de História, Universidade Federal Fluminense, 2004.

[MATTOS e MEIRELES, 1998] Mattos, Hebe Maria e Meireles, Lídia Celestino. “Meu Pai e Vovô Falava: Quilombo é Aqui”. Memória do Cativo, Território e Identidade na Comunidade Negra Rural de São José da Serra”. *Relatório de Identificação de Comunidade Remanescente de Quilombo*. Fundação Palmares, Ministério da Cultura, 1998.

- [O'DWYER, 1995] O'Dwyer, Eliane Cantarino (org) *Terra de Quilombo*. (Apresentação, 1-2). Publicação da Associação Brasileira de Antropologia (ABA), Rio de Janeiro, 1995.
- [O'DWYER, 2002] O'Dwyer, Eliane Cantarino (org.) *Quilombos. Identidade étnica e territorialidade*, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- [PRICE, 1999] Price, Richard. "Reinventando a História dos Quilombos. Rasuras e Confabulações". IN: *Afro-Ásia*, 23 (1999), 239-265.
- [PRICE, 2002] Price, Richard (org.) dossiê *Marrons in the Américas*. In: *Cultural Survival Quarterly* - Volume 25 n. 4, Cambridge, 2002.
- PROJETO VIDA DE NEGRO - PVN (org.) *Frechal: Terra de Preto - Quilombo Reconhecido como Reserva Extrativista*. São Luís, SMDDH,CCN, 1996.
- [REIS, 2000] Reis, Daniel Aarão (org.). *Intelectuais, História e Política (séculos XIX e XX)*. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000.
- [RIOS, 1990] Rios, Ana Lugão. "Família e Transição. Famílias Negras em Paraíba do Sul, 1872-1920". *Dissertação de Mestrado em História*, Niterói, UFF, 1990.
- [RIOS e MATTOS, 2005] Rios, Ana Lugão e Mattos, Hebe. *Memórias do Cativo. Família, Trabalho e Cidadania no Pós-Abolição*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2005
- [SANZIO, 2001] Sanzio, Rafael. "O espaço geográfico dos remanescentes de antigos quilombos no Brasil" In: *Terra Livre*, 17, 2001, p. 139-154.
- [SANZIO, 2005] Sanzio, Rafael. *Território das Comunidades Quilombolas, 2.a. configuração espacial*, Brasília, CIGA-UNB, 2005.
- [SCHWARTZ, 2001] Schwartz, Stuart. *Escravos, Roceiro e Rebeldes*. Bauru, EDUSC, 2001
- [SCHWARTZ, 1998] Schwartz, Stuart. *Segredos Internos. Escravos e engenhos na sociedade Colonial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- [SLENES, 1995] Slenes, Robert. "'Malungu ngoma vem!' África coberta e descoberta do Brasil". In *Cadernos do Museu da Escravatura*, no 1, Luanda: Ministério da Cultura, 1995.
- [SLENES, 1996] Slenes, Robert W. "Histórias do Cafundó". In: VOGT, Carlos e FRY, Peter. *Cafundó. A África no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras e Editora da UNICAMP, 1996.
- [SLENES, 1998] Slenes, Robert. *Na Senzala, uma flor*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1998.
- [SOARES, 1981] Soares, Luiz Eduardo. *Campesinato: ideologia e política*. Rio de Janeiro. Zahar Editores S.A., 1981.
- [VERAN, 2000] Verán, François. "Rio das Rãs. Terre de Noirs". Doutorado em Antropologia, EHESS, Paris, 2000.

GT: Turismo e Comunidades Quilombolas

Perguntas orientadoras:

1. Como promover a inserção das comunidades quilombolas pela prestação de serviço turístico?

O Ministério do Turismo, no âmbito de suas competências, para promover a inserção das *Comunidades Quilombolas* pela prestação de serviço, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações voltados para:

- a) **produção, organização e difusão de conhecimento sobre Comunidades Quilombolas:**

Recomendações Operacionais

- fomentar a realização de estudos e pesquisas sobre as Comunidades Quilombolas, de acordo com seus interesses;
- mapear e diagnosticar a situação turística (real e potencial) das Comunidades Quilombolas no Brasil, atendendo inicialmente aquelas apontadas como estratégicas pelos Estados para o Programa de Regionalização do Turismo;
- diagnosticar as ações governamentais e investimentos voltados para as Comunidades Quilombolas;
- identificar e disseminar experiências exitosas. Exemplo: Projeto da Cidade de Quissamã, Fazenda da Machadinha, RJ.

b) fortalecimento da identidade e do protagonismo das Comunidades Quilombolas:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• orientar e capacitar as comunidades como protagonistas do processo de gestão para o desenvolvimento do turismo;• capacitar as comunidades para formulação e gestão de projetos e efetivação de parcerias;• orientar e capacitar pessoas da Comunidade para estabelecer parcerias com as empresas privadas para projetos de estruturação dessa Comunidade.

c) estruturação e qualificação da oferta turística Quilombola:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• garantir a desconcentração territorial e a democratização na seleção de projetos e ações;• viabilizar o resgate, estruturação e qualificação das manifestações culturais (danças, músicas, culinária e outros);• viabilizar a qualificação e aperfeiçoamento do artesanato;• viabilizar a organização de calendários local, regional e nacional das manifestações e eventos culturais das Comunidades Quilombolas;• viabilizar o aparelhamento das Comunidades Quilombolas conforme necessidades, respeitando os princípios, diretrizes e interesses de cada uma;

- viabilizar capacitação da comunidade para prestação de serviços turísticos;
- incentivar empresas privadas para estabelecerem parcerias com as comunidades quilombolas;
- promover articulação entre os programas do MTur e também com outras instituições. Exemplo: Secretaria Especial de Políticas Públicas da Igualdade Racial / SEPPIR.

e) integração da oferta da comunidade quilombola com outras ofertas:

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	viabilizar iniciativas de sensibilização das comunidades vizinhas, municípios e região para as tradições quilombola;
•	incluir as comunidades quilombolas na agenda de ações de apoio ao desenvolvimento, promoção e comercialização turística dos municípios e regiões;
•	viabilizar a participação das comunidades quilombolas em eventos de promoção e comercialização;
•	viabilizar linhas de crédito adequadas para o desenvolvimento local das comunidades quilombolas.

Turismo e Orientação Sexual

João Silvério Trevisan*

Turismo, um direito de tod@s

Quando, aos 25 anos de idade, fiz minha primeira viagem para fora do Brasil, foram não apenas três meses visitando países da Europa e da África (com mochila nas costas e poucos dólares) mas também uma verdadeira “viagem de formação” em busca do meu tempo e de mim mesmo. Entre 1969 e 1970, pude tomar contato não apenas com as duas Europas (ocidental e oriental) mas também com a magia do mundo árabe, em visitas à Tunísia e ao Marrocos. Eu tinha acabado de me assumir como *gay* e, nessa condição, procurei contato com outros homossexuais, em lugares tão diversos como Roma, Amsterdã, Londres, Paris e norte da África. O conhecimento de mundos para mim desconhecidos marcou minha vida para sempre. E marcou inclusive minha orientação homossexual, diante da qual descobri um universo imprevisto e fascinante. Mergulhando num “outro mundo” a ser desvendado, a atividade turística pode visar ao lazer ou aos negócios. Mas minha experiência nesse “rito de iniciação” nos anos de 1960 confirma que toda viagem de conhecimento implica quase automaticamente uma outra viagem interior de autoconhecimento. Assim, não é de estranhar que os objetivos do turismo tenham se diversificado tanto, hoje em dia, agregando interesses inicialmente não tão óbvios, que o mundo globalizado veio ampliar. Inclusive no campo da orientação sexual.

*Escritor, ensaísta, dramaturgo, tradutor, jornalista, coordenador de oficinas literárias, ativista GLBT brasileiro. Fundador do Grupo SOMOS na defesa dos direitos dos homossexuais na década de 1970, colunista da revista *G Magazine*.

Um conceito de turismo menos míope deveria fazer parte do horizonte da população de qualquer estrato social. Apesar de discutível, já existe um turismo implantado nas favelas cariocas, por exemplo, em que grupos estrangeiros são levados a percorrer o lado menos nobre da cidade, mas parte especialíssima da sua realidade – ali nasceu e viceja, entre outros, o samba. É verdade que se oferece aos turistas estrangeiros um viés algo exótico que olha a favela de dentro de uma gaiola, como visitas a santuários ecológicos. Nem por isso permite-se que os moradores/as de favela tenham amplo contato com os turistas, que ali aparecem como o mundo “de fora”. Ainda assim, de um modo geral essa prática aponta para um outro lado do turismo, que há muito deixou de se ligar apenas à diversão em si. Na verdade, esse tipo de abordagem mudou o foco do turismo, não apenas para coisas em si mesmas bonitas, mas para elementos que compõem uma realidade menos estereotipada. Pense-se, como outro exemplo, nas viagens turísticas aos antigos campos de concentração, que ocorrem na Alemanha. Trata-se de um turismo que se poderia chamar de cívico, com vocação eminentemente pedagógica: as crianças alemãs são obrigadas a essas visitas já no período escolar, para conhecerem elementos negativos da história do seu país e serem advertidas sobre a brutalidade redobrada que seria a repetição desse fenômeno histórico. Assim, igualmente, já existe em todo mundo o turismo de vocação ecológica, voltado para a observação respeitosa e não invasiva da natureza. Ainda outro exemplo é o turismo da terceira idade, que há décadas vem sendo praticado e consagrado no Brasil e no exterior, revelando-se extremamente funcional. Ao contemplar uma faixa específica do espectro social, o turismo para idosos manifesta uma visão muito ampla do seu escopo, incluindo palestras e festas durante as viagens. Tudo isso visa romper a solidão de idosos e, por tabela, minorar um grave problema

social. Nessa mesma linha, parece bastante adequado praticar um turismo explicitamente inserido nas lutas pelos direitos civis. É assim, por exemplo, que grupos de negros americanos visitam países africanos donde se originou o fluxo de seus ancestrais escravizados, para os Estados Unidos. O objetivo é reatar laços com o passado escravocrata, mas também ter a possibilidade de conhecer costumes de seus ancestrais.

Pode-se perguntar se um turismo seccionado não seria uma maneira falaz de impulsionar o gueto e a discriminação. A meu ver, parece legítimo pensar-se em tipos de turismo que privilegiem os interesses de grupos específicos. Trata-se de necessidades específicas que não podem esperar, num futuro indeterminado, que a sociedade aceite sua vocação para a diversidade e, assim, cumpra seu papel de democracia pluralista, inclusive no turismo. Como dizia Fernando Gabeira, em contexto semelhante na década de 1970, não se pode “esperar 70 anos de revolução socialista para ter um orgasmo”. Na verdade, não deveria haver necessidade de seccionar os focos do turismo se a sociedade vivenciasse sua vocação democrática até as últimas conseqüências. Portanto, não deveria se orientar por parâmetros meramente estatísticos, através dos quais as parcelas mais representadas socialmente (maiorias) impõem seus pontos de vista às demais (minorias). Nossas democracias ainda estão longe de contemplar a extrema fragmentação de identidades e interesses presente nas sociedades modernas. Toda maioria é necessariamente composta de inúmeras minorias. Mesmo porque continua sendo discutível o próprio conceito de minorias: não se pode afirmar, em nenhuma sociedade, que as mulheres sejam minoria. E tampouco se pode dizer que a cultura negra seja minoritária, num país como o Brasil,

miscigenado e marcado por enorme influência cultural da população afro-brasileira.

Nesse leque cada vez mais aberto a interesses peculiares, pode-se acrescentar um turismo associado à orientação sexual que, acoplando-se à vocação imediata de viajar, soma elementos de luta por maior inclusão de cidadã@s GLBTs no exercício tanto de atividades turísticas diretas quanto de funções dentro do mercado turístico. Ora, a luta pelos direitos homossexuais tem uma longa história. E o turismo fez parte dela. Para examinar essa história e uma participação especial nela, proponho uma viagem às raízes, como primeiro objeto do presente ensaio.

A vocação viajeira de homossexuais

Apesar da extrema invisibilidade da história homossexual, um olhar mais acurado poderá revelar exemplos de como homossexuais sempre estiveram envolvidos em viagens para fora de seus locais de origem e para outros países. Essa tende a ser uma constante na história de vida de milhares de homossexuais, em diferentes países e nas mais diversas épocas. Veja-se, em pleno século XV, controlado por um cristianismo ferrenho nos assuntos da fé e dos costumes, a figura singular e insuspeita de Joana d'Arc, que vestiu-se de homem e suplantou os chefões militares ao comandar o exército francês, além de recusar-se tanto ao casamento quanto à maternidade¹. Muitos estudiosos/as na área de gênero associam tais características rebeldes ao fato de Joana d'Arc ser lésbica. Não vamos entrar no mérito da espinhosa questão de assumir ou não sua orientação sexual, mas a verdade é que, à parte as motivações políticas, Joana foi

¹Cf. Os Marginalizados, de Hans Mayer, Editora Guanabara, Rio de Janeiro, 1989, p. 39 a 41.

queimada por feitiçaria, que na Idade Média comumente se associava ao lesbianismo. Detalhe importante: para assumir um papel só permitido aos machos guerreiros, ela deixou sua aldeia em Lorena e saiu em perambulação pela França. Tratava-se de alguém escapando de suas origens e das regras impostas às mulheres de seu tempo. Joana não saiu para uma viagem no sentido turístico estrito, mas partiu para fora da sua aldeia, numa experiência de exílio, em busca de sua verdade pessoal: ser um outro tipo de mulher. Homossexuais sempre tenderam a ter um pé na estrada, voluntária ou compulsoriamente. Muito freqüentemente, viagem e exílio constituem partes de um mesmo núcleo na experiência homossexual, à qual se acopla o turismo praticado num sentido estrito. Na inquisição portuguesa, uma das condenações mais comuns aos sodomitas (termo que identificava homossexuais) era o degredo para fora da sua cidade ou do seu país². O Brasil recebeu muitos homossexuais portugueses na condição de degredados. Num sentido turístico estrito, já nos séculos XVIII e XIX a Itália era conhecida entre homossexuais como pólo por excelência de um embrionário turismo homossexual, pois ali “era possível encontrar toda espécie de satisfação erótica”, no dizer do pesquisador Hans Mayer. Tratava-se de uma tendência tão intensa que Mayer fala em “diáspora homossexual”, quando cita a Itália como refúgio onde “os exilados de Sodoma buscaram uma nova pátria” e “procuravam sua identidade”³. Para as terras italianas rumavam pessoas de culturas tão diferentes como o russo

²Verificar dados no livro *Devassos no Paraíso (A Homossexualidade no Brasil da Colônia à Atualidade)*, de João Silvério Trevisan, Ed. Record, 3ª edição, Rio de Janeiro, 2000, Parte II: “A Santa Inquisição descobre o paraíso”.

³Cf. Hans Mayer, obra citada, pp. 164-166.

Peter Ilitch Tchaikovsky, o alemão Joahnn Joachim Winckelmann, o irlandês Oscar Wilde e o dinamarquês Hans Christian Andersen, na esteira de um costume consagrado pelos códigos homossexuais da época. Em suas vidas, de um modo ou de outro, há fatos que indicavam o cruzamento desses dois elementos: viagem a passeio e extravasamento de uma sexualidade à margem. Veneza tinha sua beleza arquitetônica, cultuada por artistas em geral, mas oferecia também a graça e o romantismo dos gondoleiros, muito presentes no imaginário homossexual de então. Aliás, consta que prostitutas venezianas costumavam travestir-se de homens para atrair mais lucrativamente outros homens⁴.

Por que homossexuais viajam tanto? Em resposta à sensação de exílio em seu próprio país, freqüente entre grande número de homossexuais, ocorre uma necessidade premente de conhecer o mundo. A tendência é que homossexuais abandonem os lugares mais inóspitos e agressivos, inclusive suas cidades de origem, para “procurar o seu lugar”, movidos pelo desejo de se libertar. Daí um certo pendor andarilho que pode ser associado à vivência homossexual em nossas sociedades. Veja-se o caso do poeta inglês Lord Byron, que fugiu da Inglaterra em 1816, para escapar das rigorosas leis homofóbicas britânicas, que o ameaçavam com prisão e pena morte, por seus casos homossexuais. A partir daí, Byron perambulou pela Itália, Suíça, Espanha, Portugal, Albânia, Constantinopla e Grécia, onde viveu grandes paixões por adolescentes gregos, tendo tornado um deles herdeiro de sua fortuna⁵. A partir do século XX, homossexuais começaram a migrar mais maciçamente para grandes centros,

⁴Apud Hans Mayer, obra citada, p.161.

⁵Cf. GAY 100 (A RANKING OF THE MOST INFLUENTIAL GAY MEN AND LESBIANS, PAST AND PRESENT), de Paul Russell, A Citadel Press Book, New Jersey, 1996, pp. 152 a 155.

onde pudessem gozar do anonimato, ter maior liberdade e manter contato com outros homossexuais, na cena gay urbana. Ficou famoso na Paris dos anos de 1920 o caso das expatriadas americanas Gertrude Stein e sua amante Alice B. Toklas. Para a mesma Paris e em igual período, rumou um grupo de lésbicas famosas, composto por artistas e escritoras inglesas e americanas, entre elas Djuna Barnes, Radclyffe Hall e Doly Wilde (sobrinha de Oscar Wilde), que se reuniam sistematicamente no apartamento da anfitriã Natalie Barney, grande defensora do amor entre mulheres⁶. Ainda na década de 1920, ocorreram as escapadas desvairadas, a Paris e Montecarlo, do famoso casal inglês Vita Sackville-West e Violet Trefusis, depois de abandonarem os respectivos maridos. Em seu diário, Vita confessa que adorava sair travestida de homem com a amante, para dançar e freqüentar salões de jogo, sob a alcunha de Julian⁷. No mesmo sentido de “peregrinação” devem-se mencionar as viagens, dentro e fora dos Estados Unidos, de escritores ligados ou não à *beat generation* – William Burroughs (homossexual inicialmente metido num trágico casamento heterossexual) em viagem pelo México e Marrocos, Jack Kerouac (um bissexual conflituado e alcoólatra) em suas incansáveis andanças americanas, ou Paul Bowles, escritor e compositor americano que passou a viver no Marrocos (enquanto ele e a mulher viviam casos homossexuais). Pode-se mencionar também o escritor inglês Christopher Isherwood, que na década de 1920 mudou-se para Berlim,

⁶ Cf. AS SEREIAS DA RIVE GAUCHE, de Vange Leonel, Editora Brasiliense, São Paulo, 2002.

⁷ Cf. RETRATO DE UM CASAMENTO, de Nigel Nicolson, Ed. Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1976, pp. 109 e 110.

considerada então capital *gay* do mundo, de onde ele extraiu os temas para suas primeiras obras. Há ainda outras “diásporas” homossexuais, como nos casos de André Gide, que descobriu os oásis da Tunísia, ou Henry de Montherland, que se refugiou na Espanha, ou E. M. Forster, que tematizou suas experiências homoeróticas juvenis na Índia⁸.

Por sua reputação de suposta sensualidade e tolerância, o Brasil do século XX de certo modo funcionou tal como a Itália antes, pois muitos homossexuais estrangeiros aqui vieram libertar-se das amarras culturais de seus países de origem, tais como o argentino Túlio Carella, o belga Conrad Detrez, a americana Elizabeth Bishop e o alemão Hubert Fichte, entre inúmeros outros⁹. Mas, por mais paradoxal que possa parecer, o Brasil também é tido como um dos campeões mundiais de crimes contra homossexuais, conforme alguns poucos estudos disponíveis¹⁰. Em função disso, ocorre o caminho inverso de inúmeros homossexuais homens e mulheres que deixam o Brasil para poder viver sua sexualidade em países *gay friendly* ou buscam melhores condições legais para casais homoafetivos. Em geral, as condições socioeconômicas favorecem o segmento homossexual que tem acesso a viagens: costumam ser mais ricos e mais exigentes do que a média da sociedade em geral. Muito freqüentemente, são também mais inquietos. Mas pode-se falar ainda de uma diáspora homossexual por sobrevivência econômica, como no caso emblemático dos travestis brasileiros, “turistas compulsórios”. Sistemáticamente expulsos de casa ainda jovens, eles acabam indo viver nos grandes

⁸ Cf. Hans Mayer, obra citada, p. 166.

⁹ Para outros homossexuais estrangeiros/as no Brasil, ver DEVASSOS NO PARAÍSO, obra citada, pp. 76 a 105.

¹⁰ O CRIME ANTI-HOMOSSEXUAL NO BRASIL, Luiz Mott e outros, Editora Grupo Gay da Bahia, Salvador, 2002, p. 150.

centros urbanos ou viajam para a Itália, Suíça, Espanha e França, onde sobrevivem exercendo a prostituição com maior segurança e rentabilidade.

Por trás de todas essas tentativas de “encontrar seu lugar”, a diáspora homossexual tem uma longa história de luta.

O conceito de “homossexualismo” e as primeiras lutas pelos direitos homossexuais

No decorrer dos séculos e em diversas culturas, a prática homossexual veio criando um verdadeiro jogo de gato e rato para se esquivar das punições violentas que recaíam sobre ela — desde multa, palmatória, prisão, confisco de bens, banimento, execração e açoite público até marca com ferro em brasa, castração, decepamento das orelhas, enforcamento, morte na fogueira, empalação e afogamento. Antigamente conhecida por nomes como “amor viril”, “sodomia”, “pecado nefando”, “uranismo” ou “terceiro sexo”, só em 1869, na Alemanha, o amor entre pessoas do mesmo sexo recebeu o nome científico de “homossexualismo”. O médico seu criador, que seria ele próprio homossexual, visava apresentar a atração pelo mesmo sexo como inata, portanto natural e não adquirida, para assim afastar a culpa por sua prática. Tal intenção lhe valeu a simpatia do mundo científico progressista da época¹¹. Na verdade, o tiro saiu pela culatra, pois o conceito científico foi englobado pela psiquiatria. Com isso, o amor entre pessoas do mesmo sexo deixou de ser matéria de pecado para tornar-se doença, e portanto passível de tratamentos. Sua condenação transferiu-se da esfera da religião para a ciência,

¹¹ Cf. HOMOSSEXUALIDADE: UMA HISTÓRIA, de Colin Spencer, Ed. Record, R. Janeiro, 1996, p. 274

de modo que os padres foram substituídos pelos médicos, como seus algozes.

Em 1897, na cidade de Berlim, o Dr. Magnus Hirschfeld criou a primeira organização de luta pelos direitos homossexuais, que em 1919 passou a chamar-se Comitê Humanitário e Científico, acoplado ao Instituto de Ciência Sexual, que se devotava a estudos de homossexualismo e travestismo. Segundo o Anuário do Comitê, o grupo visava conseguir apoio do Legislativo para abolir do Código Penal alemão o famoso § 175, de conteúdo explicitamente anti-homossexual, e pretendia “interessar os próprios homossexuais na luta por seus direitos”¹². Além de realizar palestras por toda parte, a começar pelo próprio Reichstag (Câmara dos Deputados), o Comitê chegou a tal eficiência militante que produziu pelo menos um filme sobre a questão homossexual: *Anders Als Die Andern* (Diferente dos Outros), de 1919, do qual não sobrou nenhuma cópia integral. Em toda a Alemanha, criaram-se 25 sucursais do Comitê Humanitário. Em 1920, contavam-se em torno de 25 jornais, com anúncios sentimentais, voltados para o público homossexual masculino, além de quatro exclusivamente para lésbicas e uma revista para cultores do sadomasoquismo, por entre várias pornográficas. Tão intensa era a vida homossexual em Berlim que em 1922 inaugurou-se um teatro que só apresentava peças de temática homoerótica, o Eros Theater. As campanhas pela reforma sexual promovidas pelo Comitê alemão obtiveram repercussão em vários países da Europa, recebendo apoio de gente famosa como Thomas Mann e Lou Andréas Salomé. Da Alemanha, as atividades liberacionistas homossexuais se espalharam por outros países europeus, com grupos organizados na Inglaterra, Áustria, Holanda, Itália e

¹² Cf. Colin Spencer, obra citada, pp. 307 e ss.

Thecoslováquia. Os eventos internacionais incluíram vários Congressos para Reforma Sexual. O primeiro aconteceu em 1921, na capital Berlim. Em 1928, durante o 2º Congresso, ocorrido em Copenhague, fundou-se a Liga Mundial pela Reforma Sexual. O seguinte foi organizado no ano de 1929, em Londres, tendo Bertrand Russel como delegado inglês. O último ocorreu em Viena, 1930. No seu auge, a Liga contou com 130.000 afiliados no mundo todo. Os liberacionistas homossexuais, que em sua grande maioria eram socialistas, transformaram o apelo de Marx e lançaram seu próprio lema: *“Uranistas do mundo todo, uni-vos”*¹³.

Graças à ascensão dos nazistas ao poder, o Instituto de Ciência Sexual foi tomado e destruído, em 1933. Houve queima pública de seus arquivos, material coletado para pesquisa e 10.000 livros que o governo nazista considerou “degenerados”. O § 175 foi reforçado, detalhando a proibição de beijos, abraços e até fantasias homossexuais. Começaram então prisões em massa, com experiências realizadas em cobaias homossexuais vivas, prática de esterilização e envio para campos de concentração (sem retorno). Até hoje segue desconhecido o número de mortos homossexuais sob o nazismo, mas só nos arquivos policiais alemães contavam-se 50.000 pessoas fichadas. Raramente os organismos internacionais mencionam o fato. Trata-se do único grupo que nunca recebeu indenização de guerra. Assim, após 35 anos de lutas, o movimento homossexual alemão foi massacrado pelos nazistas e quase apagado do mapa, deixando um frágil rastro¹⁴.

¹³ Cf. RACE D’EPI!, de Guy Hocquenghem, Éditions Libres/Hallier, Paris, 1979, pp. 101 e ss.

¹⁴ Cf. THE EARLY HOMOSEXUAL RIGHTS MOVEMENT (1864-1935), de John Lauritsen e David Thorstad, Times Change Press, N.York, 1974, pp. 38 e 45.

O moderno movimento homossexual

Mesmo após a derrota nazista na Alemanha e em países menos conservadores, tornou-se difícil retomar o fôlego do período de 1920. Na esfera socialista, a prática homossexual foi considerada pelo estalinismo como produto da decadência burguesa, merecendo repressão feroz, que provocou ondas de suicídio no Exército Vermelho e deportações para campos de concentração¹⁵. A trombada nazista colocou, durante décadas adiante, uma imensa pedra no caminho do movimento pelos direitos homossexuais. A retomada deu-se de modo muito acanhado. No final da década de 1940 e início dos anos de 1950 surgiram nos Estados Unidos dois grupos homossexuais organizados: o *Mattachine Society* e, mais tarde, o *Daughters of Bilitis* (constituído só de lésbicas). Para se ter idéia de sua mentalidade antiquada, o *Mattachine* se autodefinia como “uma organização de serviço e assistência social dedicada à proteção e à evolução da Minoria Andrógina da sociedade”¹⁶. Ambos eram grupos pequenos, com reduzida capacidade de mobilização. Como seu modelo de organização era o Partido Comunista americano, a liderança do grupo atuava de forma centralizada e exigia “prudência” até na maneira de se vestir formalmente, “para não chamar atenção”. Sua proposta ideológica também se mostrava muito reduzida, pois recusavam assumir-se como parte de uma cultura especificamente homossexual. Em vez da ação coletiva, priorizavam contatos com o mundo acadêmico, no intuito explícito de influenciar cientistas, pesquisadores e instituições, na verdade as fontes do autoritarismo homofóbico¹⁷. Daí seu isolacionismo.

¹⁵ Cf. John Lauritsen e David Thorstad, obra citada, pp. 68-70.

¹⁶ Cf. Colin Spencer, obra citada, p. 339.

¹⁷ Cf. SEXUAL POLITICS, SEXUAL COMMUNITIES (THE MAKING OF A HOMOSEXUAL MINORITY IN THE UNITED STATES, 1940-1970), de John D'Emílio, The University of Chicago Press, Chicago, 1983, pp. 57 e ss.

Até que, em 28 de junho de 1969, ocorreu nos Estados Unidos um episódio que viria mudar a história do movimento homossexual, não a partir dos escritórios quase clandestinos das velhas lideranças, mas nas ruas, protagonizado por homossexuais anônimos, legítimos representantes da comunidade *gay* americana¹⁸. Era uma sexta-feira de madrugada, quando ocorria mais uma batida policial num bar dançante de Nova York, o *Stonewall Inn*, em Greenwich Village. O local, freqüentado sobretudo por homossexuais jovens, não brancos e travestis, tinha má fama, inclusive porque apresentava *shows* de *go-go boys*. Ao contrário das outras vezes, a pequena multidão de clientes retirada à força do bar reagiu primeiro com vaias, depois atirando objetos, garrafas, latas de cerveja e pedras sobre os policiais. Em pouco tempo formou-se uma multidão enfurecida e o bar acabou em chamas. Mais policiais chegaram, para resgatar seus colegas acuados pela multidão. Segundo noticiário do *Village Voice*, travestis porto-riquenhos e “jovens bichas desmunhecadas” comandavam o ataque contra os policiais perplexos. Durante a madrugada e a noite seguinte, a revolta se espalhou pela vizinhança, com homossexuais furiosos atirando latas de lixo contra carros do esquadrão de polícia antitomotim. No sábado, os muros da região estavam cheios de pichações conclamando ao *gay power*. A modificação substancial de atitude foi notada pelo poeta Allen Ginsberg, que, no domingo, veio dar seu apoio e comentou com a reportagem do jornal: “As bichas perderam aquele olhar ferido que tinham dez anos atrás”¹⁹. Logo depois, nasceu em Nova York o *Gay Liberation Front*, um grupo de homossexuais militantes que pregava a revolução *gay*.

¹⁸ O relato que se segue resume as pesquisas de John D’Emílio, obra citada, pp. 231-239.

¹⁹ Cf. *Village Voice*, 3 de julho de 1969, p. 18, *apud* John D’Emílio, obra citada, p. 232.

Passado um ano, ramificações dessa organização espalhavam a rebelião histórica dentro da comunidade gay de todo o país, instaurando a luta pelos direitos homossexuais inclusive em estados mais conservadores e cidades menores, chegando a mais de 800 grupos de liberação, ao final da década de 1970²⁰. Abandonava-se definitivamente o complexo de inferioridade dos antigos militantes comunistas homossexuais.

Exilado da ditadura brasileira e vivendo na Califórnia nesse período, eu pude constatar como o movimento gay enraizava-se no seio da comunidade, disseminado em todas as classes, sem precisar atrelar-se a partidos políticos. Assumir-se homossexual supunha, quase automaticamente, lutar por seus direitos. Construía-se rapidamente um discurso próprio, enquanto se partia para um programa político novo que propunha um amplo espectro de revolução na cultura, na sociedade e nas consciências individuais. O *gay movement* americano começou a buscar uma *gay revolution*, com grande capacidade de mobilização baseada na firme consciência de sua opressão e na solidariedade entre os oprimidos. Não se fazia mais uma separação rígida entre o pessoal e o político, típica da esquerda tradicional. Essa “revolução popular” deveu-se ao contexto da contracultura americana das décadas de 1960 e 1970, dentro da qual vicejavam variados tipos de marxistas menos autoritários, ao lado de *hippies*, anarquistas, pacifistas contra a guerra do Vietnã, militantes dos direitos civis, ativistas negros e feministas. Esses grupos compunham a nova esquerda (*new left*), que teve flexibilidade para permitir uma identidade própria ao movimento homossexual e passou a dialogar com ele. Afinal, desde o início uma das principais bandeiras da contracultura fora o amor livre.

²⁰ Cf. John D’Emílio, obra citada, p. 238.

De lá para cá, muita coisa mudou, em vários sentidos. O movimento pelos direitos homossexuais tomou fôlego em quase todo o mundo. A Organização Mundial da Saúde retirou o homossexualismo da lista de doenças. Muitas cidades ao redor do mundo aprovaram leis antidiscriminatórias a homossexuais. Denúncias de sociedades, situações e atos homofóbicos passaram a circular mais rapidamente. E vários países já implantaram leis que aprovam a constituição oficial de casais homossexuais, com todos os direitos que lhes são devidos. Assim, a Holanda, que desde 1998 efetivara legalmente a possibilidade de matrimônio entre homossexuais, a partir do ano 2000 passou também a conceder a esses casais os mesmos direitos na adoção de crianças, até então só permitidos a casais heterossexuais. Mas não se trata de termos chegado ao paraíso gay. Vítimas de mentalidades retrógradas e fanatismo, homossexuais continuam sendo perseguidos e assassinados em todas as partes. Em inúmeros países islâmicos, além de outros como China e Jamaica, continuam funcionando leis persecutórias à prática homossexual, com pouquíssima ressonância de protesto por parte de organismos internacionais, à exceção da Anistia Internacional. Como a toda ação corresponde uma reação em igual intensidade, têm recrudescido por toda parte grupos e movimentos contrários aos direitos homossexuais, sobretudo de extração religiosa fundamentalista. Nos últimos anos, através do papa e de vários órgãos do Vaticano, a própria Igreja Católica tem sistematicamente lançado documentos e feito pronunciamentos condenatórios à homossexualidade. Se considerarmos a repercussão na mídia e o poder de influência que a Igreja ainda exerce no mundo, tais atos funcionam como verdadeira incitação à violência contra homossexuais. E a julgar pelas manifestações do papa Bento XVI, nada indica que apareça nos horizontes da catolicidade oficial uma maior compreensão em relação ao amor homossexual.

O movimento homossexual no Brasil

No Brasil, o primeiro movimento organizado de luta pelos direitos homossexuais surgiu quase dez anos após os americanos, com a fundação em 1978 do grupo *Somos*, na cidade de São Paulo, e do jornal *Lampião da Esquina*, cuja redação funcionou no Rio de Janeiro, a partir do mesmo ano²¹. O grupo *Somos-SP* incluía inicialmente homens e mulheres, que se organizaram em subgrupos de atividades, abrangendo desde estudos teóricos e terapia grupal para novos participantes, até promoção de palestras em escolas e protestos públicos. Sua organização baseava-se na autonomia política do movimento homossexual e numa direção gestonária não centralizada. Uma das idéias-chave, presente desde os primórdios do grupo, foi a de que a homossexualidade devia ser uma instância de determinação dos próprios homossexuais, e não de “especialistas”, fossem eles padres, juízes, cientistas ou líderes políticos. Assim, o formato do liberacionismo homossexual a ser implantado em todo o país foi inaugurado pelo *Somos-SP* (logo depois surgiu um *Somos* no Rio de Janeiro e outro em Sorocaba, estado de São Paulo). A partir dessa experiência seminal, os grupos liberacionistas homossexuais proliferaram por todo o país, chegando a se reunir, em nível nacional, no 1º Encontro Brasileiro de Grupos Homossexuais, realizado em São Paulo, em abril de 1980. Em junho desse mesmo ano, ocorreu um evento precursor das grandes Paradas GLBT futuras: uma passeata de protesto organizada por grupos homossexuais militantes, que reuniu mais de 500 pessoas manifestando-se, pelas ruas centrais de São Paulo, contra as prisões arbitrárias efetuadas por um delegado de polícia em

²¹ Os dados que seguem podem ser melhor consultados no meu livro *DEVASSOS NO PARAÍSO*, obra citada, Parte IV: “A manipulação da homossexualidade liberada”, entre as páginas 335 e 385.

locais freqüentados por homossexuais, prostitutas e travestis, na região do largo do Arouche. Em 1981, o grupo *Somos* rachou politicamente, por interferência de grupos partidários, o que marcaria todo o futuro do movimento homossexual com alinhamento ideológico e atrelamento partidário. Aproveitando a ocasião, as mulheres também se separaram para criar o *Grupo de Ação Lésbica Feminista*, que chegou a publicar um boletim interno chamado *Chana com Chana*. Quanto ao *Lampião*, que era mensário e tinha distribuição nacional, foi um jornal que exerceu grande influência no segmento homossexual da época. Perseguido pela ditadura, que ameaçou seus editores com processo judicial por atentado à moral, *Lampião* sofreu também com as esquerdas, às quais ele pretendia se alinhar e pelas quais foi sistematicamente ignorado. Buscando dar voz às assim chamadas “lutas menores”, que começavam a se organizar através das organizações feministas, anti-racistas e ambientalistas, *Lampião* fazia crítica aos preconceitos de esquerda e direita, numa linguagem que buscava recuperar o jargão “bichesco”. O jornal durou até 1981, encerrando suas atividades graças às crônicas dificuldades financeiras, após a edição de 37 números. Podem-se citar como características dessas lutas iniciais do movimento homossexual brasileiro tanto a busca de uma identidade original quanto a radicalidade na crítica social, inclusive tentando implantar, em vão, um modelo próprio de participação política baseado na autonomia.

Quando, em meados dos anos 1980, surgiu a pandemia da Aids, que então atingia sobretudo o segmento homossexual, o movimento encontrava-se combalido por lutas políticas divisionistas. Com raras exceções, o que restou dele mudou seu foco para a luta anti-Aids. Ao mesmo tempo em que na área de saúde se criavam serviços estaduais e nacional para controlar a doença, foram surgindo inúmeras ONGs que

recebiam financiamento governamental ou internacional para interferir no segmento homossexual, com promoção de debates, distribuição de preservativos e atendimento aos doentes. Se nesse momento o movimento homossexual tornou-se quase refém da luta contra Aids, o ponto positivo é que nunca se falou tão abertamente da homossexualidade para a população brasileira. Foram homossexuais dentro desses grupos e desses serviços que ajudaram a implantar um modelo de combate à epidemia no Brasil, hoje reconhecido até mesmo pela Organização Mundial de Saúde.

Em 1995, fundou-se a *Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis (ABGLT)*, procurando implementar políticas de direitos homossexuais e coordenar ações em todo o país. Nesse mesmo período, o movimento tomou grande impulso através da luta pela Parceria Civil Registrada, com projeto de lei apresentado na Câmara dos Deputados, e até hoje não votado pelos congressistas. A multiplicidade de atividades voltadas para o público GLBT se manifesta na existência de listas de discussão na Internet, inúmeros *sites* informativos e linhas telefônicas para denúncia de discriminação, assim como livrarias, editoras e agências de viagem especializadas, além de eventos festivos e culturais organizados por empresas GLS (festivais de cinema, exposições) ou pela comunidade homossexual (beijaços de protesto). No entanto, o fato mais relevante em termos políticos e de mobilização da comunidade foi o surgimento, a partir de 1995, das Paradas do Orgulho GLBT em todo o país, especialmente a Parada de São Paulo, que teve grande impacto ao colocar nas ruas centrais da capital paulista milhões de pessoas celebrando o amor homossexual. Homossexuais vão engrossando, assim, uma luta política sofisticada. Num país de cultura machista como o Brasil, trata-se do único segmento da sociedade a exigir o direito de amar amplamente e mesmo contra a corrente.

Visibilidade, *pink money* e reconhecimento social

Na luta pelos direitos da comunidade homossexual, um fator de grande importância tem sido a visibilidade. Procura-se chamar a atenção da sociedade e das empresas para as necessidades da demanda GLBT e também para as vantagens de contemplar tais necessidades. Assim, não se pensa apenas num amplo conceito de democracia, mas também na participação de homossexuais no mercado. Aí entra o chamado *pink money*, que muita gente acredita ser arma infalível contra a discriminação. Sua capacidade de persuasão é real, como se verá a seguir. Mas, infelizmente, o *pink money* nem sempre funciona como elemento demovedor de preconceitos. É claro que homossexuais poderão boicotar seja empresas seja produtos que promovem a discriminação por orientação sexual. Ainda assim, ocorrem algumas armadilhas em que o turismo homossexual é quase inviabilizado em função de costumes discriminatórios arraigados. Anos atrás ocorreu o caso famoso de um navio americano de turismo explicitamente homossexual que foi impedido de se abastecer na costa da Jamaica, graças à mentalidade retrógrada dos governantes locais. Além de impedir o turismo como direito de todos, um gesto assim obscurantista constitui uma grave falta contra os direitos humanos, por humilhar homossexuais, tratando-os como leprosos morais. Imagine-se um navio com turistas negros impedidos de aportar em território branco separatista, ou de turistas judeus a quem se negasse abastecimento num porto de país anti-sionista. Seria impensável, pois criaria um incidente diplomático envolvendo muitas nações. Mas, no caso do ato anti-homossexual por parte do governo jamaicano, não se aventou sequer a hipótese de um protesto do governo americano, quanto menos uma punição nos quadros da ONU.

Mesmo quando existe, é meramente pontual e de imenso oportunismo, a preocupação com os interesses da comunidade homossexual (ainda que esteja aí implicado o *pink money*, direta ou indiretamente). Num país como o Brasil, o preconceito contra homossexuais existe de modo visível, considerando-se desde o tratamento familiar e escolar até a abordagem sensacionalista da mídia. Nas telenovelas, por exemplo, a presença de personagens homossexuais tem funcionado como alavanca para aumentar os índices de audiência, oferecendo ao público doses homeopáticas desses personagens homossexuais de ambos os sexos, que são vistos como animais exóticos. O lado particularmente perverso de toda a manobra é sua clara exploração voyeurística. Veja-se, como ilustração, o uso que a TV Globo fez da repressão, para atingir um nível quase inédito de altos índices no lbope: para o final da novela *América*, anunciou amplamente a ocorrência do primeiro beijo *gay* na TV brasileira. E, no último instante, sonogou-o sorrateiramente, sob pretexto de não ferir os sentimentos da audiência menos preparada para tal. É verdade que na quinta edição do programa Big Brother Brasil, ocorrido em 2005, saiu vencedor um jovem professor e jornalista homossexual assumido, Jean Wyllys, com ampla maioria de votos de espectadores. Mas isso se deveu menos às simpatias da TV Globo do que às qualidades humanas do vencedor, que conquistou o público (sobretudo mas não só homossexual). Os votos do público lhe foram dados maciçamente por sua postura ética, simpatia e inteligência. Aliás, a julgar por exemplos anteriores, a inclusão de um homossexual no referido programa já supunha a possibilidade de criar sensação e polêmica. Se as emissoras de TV nem sempre apresentam homossexuais caricatos (que continuam presentes em vários dos seus programas cômicos), no caso do “beijo que não houve” entrou em cena o poder refreador da Globo. Como todo mundo quer ver um beijo

proibido, alimenta-se o seu lobo com o sensacionalismo que, por sua vez, se alimenta da repressão que a própria Globo incentiva ao negar o beijo, criando assim expectativas até a próxima novela, na qual haverá obviamente um personagem *gay* problematizado, que, com certeza, vai gerar novamente a possibilidade de um novo beijo proibido. E assim até o infinito. Menos do que um círculo vicioso, trata-se de um circuito perverso. A mesquinhez, que beira a crueldade, evidencia-se na presença (quase provocadora) de calorosos beijos heterossexuais e em todo tipo de falcruas permitidas na novela *América*. Mas o beijo *gay*, esse é impróprio. Aí, pouco interessa o poder do chamado *pink money*.

Em países como o Brasil, é ainda reduzida a força de pressão da comunidade homossexual. Se o público GLS é capaz de votar em massa pela vitória de Jean Wyllys no Big Brother Brasil 5, nesse caso a mobilização está relacionada mais com uma empatia emocional potencializada pela capacidade da divulgação televisiva do que por uma real consciência dos direitos e da capacidade mobilizadora dessa mesma comunidade. Ao contrário dos Estados Unidos, no Brasil ainda são impensáveis as campanhas de boicote a produtos lesivos à imagem da comunidade homossexual. Há antes de tudo uma questão básica a ser superada: a tal visibilidade, que se baseia na consciência dos seus direitos. Não se pode desconhecer a importância das Paradas GLBT em todo o país, mas será preciso lembrar também sua insuficiente capacidade de persuasão da sociedade e de dissuasão de seus agentes discriminadores. O preconceito continua, mesmo diante da inegável realidade do *pink money*. Empresas dos mais diversos setores ainda se negam a associar seus nomes e produtos a eventos ligados à comunidade *gay*. Apesar de não ser o único, o caso mais gritante que conheço é o da Parada GLBT de São Paulo, considerada a maior do

mundo e o maior evento turístico da cidade de São Paulo – como se verá mais amplamente a seguir. Ainda assim, até hoje ela não consegue patrocínio das grandes empresas, mesmo aquelas que fabricam produtos supostamente cortejados pelo mercado GLBT (por exemplo, produtos *light*). Até aquelas empresas multinacionais que mantêm canais abertos com a comunidade homossexual em outros países (como cartões de crédito, perfumarias e linhas aéreas) aqui no Brasil colocam o pé no freio, receosas de macular seus produtos na associação com a homossexualidade. Como no caso da Globo, toda permissividade é sempre conformista: permite-se até aqui para proibir daí em diante.

Mas isso não parece ser prerrogativa brasileira. Em recente entrevista, o dramaturgo americano Edward Albee manifestava indignação com o fato ocorrido durante a temporada nova-iorquina de sua última peça “A Cabra”, quando os mesmos espectadores que aceitaram com naturalidade a relação amorosa de um homem por uma cabra retiraram-se do teatro revoltados, no momento em que pai e filho trocam um beijo homossexual, na mesma peça²².

Turismo GLBT nos Estados Unidos

Para se ter uma idéia do potencial turístico da comunidade homossexual, são significativos os resultados de uma pesquisa realizada em 2005, com a população gay e lésbica americana, em São Francisco²³. Aí se mostrava que 96% de

²² Cf. artigo “Tragédia das pequenas coisas”, de Corine Lesnes, in Caderno “Mais!”, *Folha de São Paulo*, 23 de novembro de 2005, p. 8.

²³ Fontes das informações estatísticas: Gay & Lesbian Travel Profiles, da Community Marketing, Inc., San Francisco, CA; Travel Industry Association of America’s Travel Poll; US Census; US Passport Office; webflyer.com Para estas e outras informações, consultar o site www.CommunityMarketingInc.com (Uso permitido pelo grupo *Community Marketing, Inc., San Francisco, CA, 2005*).

homossexuais pesquisad@s realizaram ao menos uma pequena viagem de descanso no último ano, contra apenas 56% dos viajantes americanos em geral. Constatou-se ainda que 84% dos homossexuais pesquisados têm passaporte válido, contra a média nacional americana de 23%. Por outro lado, a média da renda familiar de homossexuais pesquisad@s foi de 87.500 dólares por ano, contra 41.994 dólares anuais da renda familiar média americana (no censo disponível, que é de 2000). Ou seja, homossexuais american@s obtêm algo como o dobro da renda média nacional nos Estados Unidos. Mais: 72% de homossexuais pesquisad@s têm diploma universitário, contra a média nacional de 29%, indicando um grau expressivo de formação profissional entre a comunidade homossexual, mais de duas vezes superior à média do país.

Certamente, dados assim superlativos permitiram a organização de uma ampla rede de turismo para atender de maneira especial o segmento *gay-lésbico* em todo mundo, a partir dos Estados Unidos. Em 1983, foi fundada na Flórida – onde continua sediada — a Associação Internacional de Turismo Gay e Lésbico, também conhecida como IGLTA (International Gay and Lesbian Travel Association), presente hoje em 70 países dos cinco continentes, com cerca de mil associados²⁴. Entre eles se incluem: agências operadoras; companhias aéreas (como American Airlines, United Airlines e Lufthansa); hotéis (das cadeias Sheraton e Hyatt, entre outras); empresas de aluguel de automóvel (Avis e Alamo, por exemplo); linhas ferroviárias; escritórios municipais de turismo; e empresas de seguro de viagem. No Brasil, há por volta de dez associados, entre eles hotéis das redes Othon e

²⁴ Agradeço a Clóvis Casemiro, da agência CVC-Shopping Frei Caneca, de São Paulo, as informações que seguem, sobre a IGLTA.

Pestana, assim como as companhias TAM e Varig, além de algumas agências turísticas de Rio de Janeiro e São Paulo. Desde seu início, a IGLTA promove convenções anuais em grandes cidades ao redor do mundo – como aconteceu com Johannesburgo, Barcelona, Filadélfia, São Francisco, Sidnei etc. Promove também dois simpósios anuais, em diferentes países. Em 2005, a convenção anual ocorreu em Colônia, na Alemanha, enquanto os simpósios aconteceram em Buenos Aires e Lisboa. O Rio de Janeiro foi eleito para sediar a convenção anual em 2007, o que lhe abre boas perspectivas para incrementar o fluxo de turismo gay-lésbico internacional.

A última associada brasileira a integrar a IGLTA foi a São Paulo Turis, que enviou representantes à convenção de Colônia, com participação da própria diretora do órgão, além do presidente do São Paulo Convention Bureau. Esse interesse, que é bem recente, resulta do sucesso da Parada do Orgulho GLBT, hoje considerado o maior evento de captação de turistas na cidade de São Paulo, atraindo mais de 200 mil visitantes – contra 40 mil da Fórmula 1 e menos de 30 mil pessoas vindas para o carnaval paulistano. A movimentação financeira alavancada durante a Parada GLBT de São Paulo, em 2005, foi da ordem de R\$ 100 milhões, apenas na semana do Orgulho GLBT. Tudo isso é resultado do trabalho voluntário de pessoas ligadas à Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo, ONG promotora do evento, portanto sem gastos financeiros adicionais. No entanto, para se ter idéia do tipo de disparidade que vitima o turismo gay, o patrocínio da prefeitura à Parada GLBT de São Paulo é proporcionalmente minúsculo ante os recursos que os órgãos governamentais destinam ao fraco carnaval paulistano. Embute-se aí o receio de receber a acusação, por parte de grupos religiosos fanáticos e entidades conservadoras, de se estar favorecendo

a difusão do homossexualismo. Algo semelhante acontece em relação aos patrocínios privados. Vários canais de TV e a cerveja Brahma, por exemplo, pagam para retransmitir o carnaval ou para manter camarotes próprios, em São Paulo. Mas nada disso ocorre na Parada GLBT, para a qual não se carrega um único tostão pela retransmissão do evento, de grande interesse na mídia nacional e internacional. Além de resultar de mera discriminação, essa situação implica uma manipulação cruel do preconceito. Por exemplo, a TAM e Varig fazem anúncios em revistas e *sites* internacionais GLBT, além de participar em festas e convenções voltadas para o turismo GLBT, associando-se a agências especializadas para captar turistas entre a população *gay* americana. Mas essas empresas brasileiras se recusam a fazer algo parecido no Brasil. Aliás, revistas voltadas para o público *gay*, como a *G Magazine*, sofrem de permanentes problemas financeiros por falta de anúncios publicitários de empresas públicas ou privadas – pelo mesmo medo de “sujar” seus produtos. Quanto aos órgãos governamentais, ocorrem ações raras e esparsas, sem uma política programada para a área. Enquanto isso, os Ministérios de Turismo da Alemanha, França e Inglaterra criaram e distribuem catálogos oficiais de turismo GLBT em várias de suas cidades, além de participar de convenções em todo o mundo e pagar anúncios em revistas *gay* de vários países da Comunidade Européia. Enquanto no Brasil não temos guias especializados nem nos centros urbanos de intensa vida *gay*, as prefeituras de São Francisco, Paris, Berlim e Amsterdã, para dar alguns exemplos, produzem e distribuem guias de eventos e locais de interesse de turistas homossexuais. Em países desenvolvidos da Europa e América do Norte, muitas cadeias de hotéis oferecem condições favoráveis a turistas *gay*. Por exemplo, a cadeia de hotéis W (não existente no Brasil), oferece tarifas especiais durante eventos *gay*, disponibilizando em suas dependências até mapas com *points* GLBT das cidades onde estão implantados.

Convém lembrar que, em função da grande incidência de viagens de interesse homossexual, guias *gay* tornaram-se uma tradição no segmento homossexual. Seja para viagens de navio e vôos *charter* por lugares exóticos e badalados, ou em passeios e expedições locais, a comunidade homossexual acostumou-se a indicar solidariamente os caminhos. Entre inúmeros outros, cumpre salientar o famoso e polpudo *Spartacus International Gay Guide*, que existe há décadas, e em suas quase mil e quinhentas páginas inclui países tão díspares como Camboja e Hungria, México e Coréia do Sul, Bulgária e Senegal, com indicações precisas sobre a vida *gay* local²⁵. Atualmente, os guias *gay* são tantos que existem editoras especializadas em sua publicação, por toda parte. Aliás, é normal que países de intensa vida *gay*, assim como grandes cidades européias e americanas, tenham à venda guias específicos das atividades e lugares de freqüência GLBT nacional e local, com informações detalhadas que incluem preços, qualidade dos serviços e até itens de segurança (em lugares de paquera homossexual). No *Spartacus*, por exemplo, o Coliseu de Roma era desaconselhado para paqueras, por seu alto risco de segurança. Existem inclusive guias alternativos e politicamente corretos, que muitas vezes beiram a obra literária ficcional, por mesclarem deliciosas narrativas e incidentes nas visitas a lugares de interesse GL²⁶.

Atualidade de um turismo *gay* no Brasil

Em certos setores da vida brasileira, já existe uma tradição de turismo GLBT. Mesmo quando não explícito ou pouco formalizado como tal, o carnaval brasileiro tem um apelo

²⁵ Cf. *Spartacus International Gay Guide*, Bruno Gmünder Verlag, Berlin.

²⁶ Veja-se, por exemplo, *Are you two... together? (A gay and Lesbian Travel Guide to Europe)*, de Lindsay Van Gelder e Pamela Robin Brandt, Random House, New York, 1991.

gay que atrai número cada vez maior de turistas homossexuais estrangeiros e nacionais para cidades como Rio de Janeiro, Salvador e até mesmo Recife/Olinda. Pode-se falar também de um turismo *gay* mais óbvio, voltado para a intensa vida noturna e de lazer das grandes cidades brasileiras. Veja-se o caso de Belo Horizonte. Proporcionalmente, a capital mineira tem o maior número, em todo o país, de saunas *gay* com funcionamento 24 horas. Isso responde à demanda de homossexuais de toda a região e do estado de Minas Gerais, que viajam à capital nos fins de semana, exclusivamente para freqüentar os *points* homossexuais.

Quando comparado ao mercado turístico internacional, o Brasil ainda está muito aquém de suas potencialidades. Mas já despontam algumas conquistas. Em 2004 foi fundada em São Paulo a ABRAT GLS (Associação Brasileira de Turismo para Gays, Lésbicas e Simpatizantes). Seu objetivo é reunir empresas interessadas no turismo dirigido a esse público. Aliás, a ABRAT GLS considera importante a inclusão do S, pois acredita que pessoas simpatizantes, ou seja, amigos e familiares de homossexuais, também possam privilegiar empresas *gay friendly*. Recentemente, a ABRAT GLS promoveu um *workshop* para profissionais da área hoteleira interessados em conhecer gostos e necessidades da comunidade GLS (como se pode ver no site <http://www.abratgls.com.br>). Isso é importante, pois não são muitas as cadeias de hotéis brasileiros que oferecem boas condições para casais homossexuais — por exemplo, evitando constrangimentos ao solicitar cama de casal. Já existem também *sites* de informação turística voltada para a comunidade GLBT, que incluem até informações variadas sobre as lutas pelos direitos homossexuais. Veja-se, a propósito o *site* do www.lambdabrasil.com. Apesar de ainda agregar poucas agências especializadas em todo o país, o

turismo *gay* é considerado um dos mais promissores do Brasil atualmente. Na contramão da crise do mercado, há vários anos tem ocorrido um crescimento substancial de agências de viagem voltadas ao segmento homossexual. Os motivos podem ser tanto a maior abertura das operadoras diante de homossexuais quanto a própria consciência crescente da comunidade homossexual sobre seus direitos. O setor que mais cresce é o de pacotes exclusivos para o público GLS. De fato, várias agências de viagem adotaram a estratégia de se voltar exclusivamente para o segmento GLBT. Assim acontece com a *Álibi*, de São Paulo, que chega a vender sessenta pacotes por mês a clientes homossexuais de sua lista que reúne pelo menos dez mil nomes²⁷. Uma vez superado o preconceito e o medo de perder clientes do ramo tradicional, as operadoras voltadas para o turismo homossexual vêm obtendo lucros que dobram ano a ano, em função da demanda reprimida. Alguns dados estatísticos confirmam essa tendência. No ano 2000, uma pesquisa da Universidade Paulista (Unip) confirmava o segmento GL como um dos ramos do turismo com maior crescimento no Brasil. Os dados ali colhidos indicam que, no total de turistas estrangeiros vindos ao Brasil, de 7% a 8% se definem como homossexuais. A pesquisa indica também que 92% dos homossexuais pesquisados viajam frequentemente²⁸. Tudo isso se explica. Numa população estimada atualmente pelo IBGE em 180 milhões de habitantes, calcula-se que o Brasil tenha entre 7 milhões a 18 milhões de pessoas homossexuais, pelo menos — tomando como referência os cálculos internacionais de que homossexuais perfazem de 4% a 10% da população geral. Dessa porcentagem, a grande maioria

²⁷ Cf. artigo “Sob as cores do arco-íris”, *Correio Braziliense*, Brasília, 14 de maio de 2003.

²⁸ Apud revista *G Magazine*, São Paulo, fevereiro de 2001, p. 15.

não tem filhos, mesmo vivendo maritalmente em casal. Significa que essa gente toda dispõe de mais tempo e dinheiro para consumir em viagens de lazer.

Outro dado importante é que, mesmo com a setorização turística ainda engatinhando, o Brasil já apresenta sinais concretos de um novo tipo de turismo *gay*, que veio ampliar o conceito de lazer. Aí se incluem as Paradas do Orgulho GLBT, que hoje acontecem em torno de sessenta cidades brasileiras de norte a sul, atraindo turistas homossexuais de todas as idades e classes. Por sua monumentalidade e organização, destaca-se particularmente a Parada de São Paulo. Sob organização da Associação do Orgulho GLBT de São Paulo, essa tem sido a maior Parada GLBT do planeta pelo segundo ano consecutivo, com mais de 2 milhões de pessoas presentes na sua 9ª edição, em 2005. Acoplado ao mês do Orgulho GLBT, é evidente que esse evento paulistano vem atraindo a atenção de agências nacionais e internacionais, interessadas na crescente presença de turistas homossexuais do Brasil, América Latina, Europa e América do Norte. Além disso, a Parada do Orgulho GLBT é considerada pela própria Prefeitura como o maior evento turístico de São Paulo, como já se mencionou anteriormente. O interesse crescente da Prefeitura paulistana com a Parada resulta da sua importância aferida por recente pesquisa sobre o perfil dos visitantes da 9ª Parada GLBT de São Paulo, em 2005. Tal pesquisa, realizada pela SP Turismo S/A e Secretaria Executiva de Turismo do Estado de São Paulo, em parceria com a Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo e a Escola de Sociologia de São Paulo, obteve dados surpreendentes como potencial turístico. Constatou-se que 53% dos participantes no evento têm renda até cinco salários mínimos mensais. Ainda que possa apresentar uma pequena defasagem por se referir a 2003, a média nacional estimada pelo IBGE é de 77% com renda na mesma faixa até cinco

salários mínimos/mês. Enquanto 15% dos entrevistados da Parada recebem entre seis e dez salários mínimos/mês, a média nacional é de 6,1% para igual faixa. No quesito educação, constatou-se que, dentre os entrevistados durante a 9ª Parada de São Paulo, 31% têm ensino médio completo. Segundo o IBGE, a média nacional na faixa de quatro a sete anos de estudo realizados permanece muito semelhante: entre 31,4% (mulheres) e 32,9% (homens). Mas quando se trata de oito a dez anos de estudos, a média nacional alcança apenas 16,4% dos homens ou 16,3% das mulheres, enquanto os pesquisados na Parada alcançam 31% com ensino médio completo. A situação fica ainda mais favorável para os pesquisados na Parada quando se trata do ensino superior. De fato, em 2003 o IBGE constatou 23,1% de homens e 26,5% de mulheres na faixa populacional com 11 anos e mais de estudos. Enquanto isso, o percentual dos pesquisados na Parada apresenta 30% com curso superior completo, além de 10% com pós-graduação²⁹.

Conclusão: um turismo de inclusão homossexual

O sucesso de eventos públicos de grande porte como as Paradas do Orgulho GLBT brasileiras indicam, no quadro dos interesses turísticos, uma importante novidade: a crescente conscientização sobre os direitos dos/as cidadãos/ãs homossexuais do Brasil. Ainda que o motor maior da vinda de turistas a uma Parada monumental como a de São Paulo continue sendo o lazer, como se constatou, para se chegar à aceitação desse lazer foi preciso assumir publicamente sua homossexualidade. A grande presença de máquinas

²⁹ Fontes: São Paulo Turismo/Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, 2005; e IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, com estimativas revistas de 2001 a 2003.

fotográficas, além das câmeras televisivas transmitindo cenas do evento para inúmeros canais de TV, coloca em cena o dilema de ser ou não ser abertamente homossexual. No clima de festa e celebração, está embutida a extraordinária importância política das Paradas GLBT, relacionada à visibilidade que permite mostrar o rosto e a identidade à luz do dia, doa a quem doer. Essa é, a meu ver, a maior novidade agregada ao turismo GL dos anos mais recentes, no Brasil.

Por isso, acredito que além dos óbvios *points* que centralizam a vida gay nos grandes centros urbanos, como bares, restaurantes, boates, saunas e cinemas, já se pode pensar em outros motivos alavancadores do turismo GL. Nos trajetos turísticos mais convencionais, seria o caso de incluir, por exemplo, lugares que marcaram a história da luta pelos direitos homossexuais no Brasil. Em Nova York, uma visita ao bar Stonewall no Village tornou-se item obrigatório para turistas gay. De igual modo seria possível incluir no trajeto de um turismo homossexual, por exemplo, o prédio que sediava a redação do primeiro jornal para o público GLS brasileiro, o *Lampião da Esquina*, no centro do Rio de Janeiro. Ou se poderia promover uma visita à praça Darcy Penteado, diante do monumental edifício Copan, criado pelo arquiteto Oscar Niemeyer no centro de São Paulo. O nome da praça homenageia um dos pioneiros do movimento homossexual brasileiro, e o Copan é um megaedifício tão populoso quanto um bairro, habitado majoritariamente por homossexuais de todas as partes e estilos. A rigor, um turismo orientado para a comunidade homossexual poderia até mesmo incluir no seu roteiro outros segmentos que lutam por seus direitos, como os negros e os índios. Inclusive porque estudos diversos atestam relações muito peculiares nesses setores sociais com a homossexualidade. Visitar tribos indígenas pode dar a conhecer seus costumes, entre os quais a maneira particular de homens trocarem afeto, sem nenhuma conotação social

de imoralidade. Por outro lado, há inúmeros terreiros de candomblé com babalorixás homossexuais e até mesmo travestis como mães-de-santo. No caso das lésbicas, seria interessante agregar dados e roteiros ligados à luta do movimento feminista.

Do ponto de vista de políticas governamentais, a inclusão do turismo GLBT na vida nacional poderia ser incentivada pela criação de uma espécie de “certificação de qualidade” ao estilo das diversas ISO, garantidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), ou até mesmo o Selo Verde. Trata-se de uma espécie de ISO turística, visando avaliar qualidade e potencial turístico. A entidade mais autorizada para tal tarefa me parece ser o Ministério de Turismo, por se tratar de sua área específica. Após auditorias para constatar as metas objetivadas, o Ministério outorgaria um selo de qualidade e potencialidade de turismo, na área GLBT, a empresas ou eventos que cumprissem metas dentro de padrões preestabelecidos. Esse tipo de aval seria utilíssimo em mais de um sentido. Funcionaria como garantia a consumidores homossexuais sobre a boa qualidade de serviço oferecido. Mas seria, sobretudo, um instrumento para alavancar o interesse das empresas em relação ao mercado GLBT e apagar seus resquícios de desconfiança ou preconceito. As Paradas de Orgulho GLBT, por exemplo, poderiam ser muito mais valorizadas e talvez sofressem menos para conseguir patrocínio se o selo do Ministério garantisse sua importância e lhes desse credibilidade turística perante o empresariado nacional.

Os elementos aventados acrescentariam ao lazer GLBT aquelas conquistas de conscientização dos direitos homossexuais, numa tendência que daria continuidade à tradição viageira dos antigos – agora menos num sentido de “diáspora homossexual” e mais como fator de inclusão.

Resta uma pergunta, final mas fundamental: como incluir no turismo GLBT as classes menos favorecidas da comunidade homossexual? Refiro-me não apenas à possibilidade de sobreviver do turismo, mas de usufruir o prazer por ele proporcionado. Obviamente, não se trata de uma questão exclusiva do segmento social GLBT. Está relacionada ao próprio conceito de turismo e sua função social. Pela amplidão de questões que suscita, o fator inclusivo deve ser primordial num turismo que se queira socialmente justo e democrático. Portanto, deixo em aberto essa espinhosa questão: como e quando o usufruto do turismo deixará de ser um privilégio das classes médias e das elites?

GT: Turismo e Orientação Sexual

Perguntas orientadoras:

1. Como incentivar uma boa viagem?

Diante do preconceito ainda existente, o Ministério do Turismo, no âmbito de suas competências, para incentivar uma boa viagem aos *turistas GLS*, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

a) produção de conhecimento sobre a prática do turismo GLS:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• viabilizar estudos e pesquisas para conhecer o perfil e as especificidades do mercado Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transgêneros – GLBTT;• traçar o perfil da demanda, gerar e disseminar as estatísticas: (1) realizar pesquisas nos roteiros qualificados, (2) realizar pesquisa junto ao <i>trade</i>.

b) incorporação, em suas políticas, de programas, projetos e ações visando a prática da inclusão pela diversidade sexual:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• incluir, de forma integrada e transparente, nos diversos projetos de sua responsabilidade e influência, os grupos: GLBTT, portadores de deficiência, negros, mulheres, indígenas e quilombolas, para que haja uma ação conjunta, de real inclusão, beneficiando a todos;• promover a diversidade pela propaganda institucional inclusiva por meio de cartazes, <i>folders</i> e sítios eletrônicos de promoção turística;• incluir roteiros específicos que serão comercializados no Salão do Turismo.

c) combate ao preconceito:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• desenvolver campanhas orientadoras e educativas para disseminar o conceito da diversidade para setores da sociedade civil e, com isto, contribuir para a formação de uma sociedade mais solidária, educada e vigilante do desenvolvimento com inclusão;• articular a inserção do tema “Diversidade” no ensino (prioritariamente nos cursos de turismo, hotelaria e direito) e na pesquisa universitária, visando a formação de profissionais capazes de praticar a inclusão destes grupos em suas ações;• planejar, criar e implementar campanhas de publicidade e marketing na mídia nacional, voltadas ao cliente GLS, trazendo visibilidade à diversidade. Esta é uma forma de aumentar a auto-estima desse grupo social, ao mesmo tempo mostrar a necessidade

de integrar essa comunidade. Exemplo de campanha a ser desenvolvida: “Preconceito é Prejuízo”;

- fomentar a criação de leis regionais que combatam o preconceito e a discriminação à orientação sexual;

- articular a fiscalização da aplicação destas leis e oferecer suporte amplo e irrestrito a todos que possam se beneficiar delas;

- viabilizar estratégias de sensibilização sobre o conteúdo e cumprimento das normas e leis pertinentes ao assunto para os atores do setor público e privado que atuam no turismo;

- organizar e disponibilizar experiências de trabalhos de inclusão da diversidade de forma articulada entre o Ministério do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo, Universidades, ONGs, entidades GLBTT, Conselho Nacional de Turismo, Fóruns Estaduais de Turismo, Conselhos Municipais etc.;

- articular apoio à criação de *calls centers* estaduais (0800) para assuntos sobre diversidade sexual e apoio a ações conjuntas de inclusão e visibilidade do grupo GLBTT;

- articular a criação de campanhas contra a exploração sexual e campanhas informativas sobre DST e AIDS, no âmbito do turismo. Uma idéia: distribuição de camisinhas aos roteiros GLS com orientações sobre o tema;

- incluir o assunto em palestras, seminários e oficinas ligados ao turismo GLS.

d) incentivo ao arranjo produtivo do turismo para atendimento e inclusão da diversidade sexual:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• organizar e disponibilizar informações sobre este tema para todos os agentes e gestores do setor público e privado;• fomentar a criação de roteiros e pacotes para os grupos GLS;• realizar campanhas e premiação para equipamentos e serviços turísticos que contemplem a inclusão da diversidade. O prêmio deve estar vinculado a um programa de premiação nacional, a ser definido pelo Ministério do Turismo. Um exemplo é o “Prêmio Simpatia”;• buscar parceria com as instituições que tratam dos interesses da comunidade GLBTT para a realização deste trabalho.

e) qualificação do mercado turístico:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• viabilizar a qualificação profissional para atender este público, com oferta de cursos que contemplem a diversidade sexual;• criar selo para distinção de serviços e equipamentos qualificados para atendimento ao público GLBT. Uma idéia: Selo Simpatia disposto de forma visível para todos os frequentadores do espaço contemplado.

2. Como promover a inserção do grupo GLBTT pela prestação de serviços turísticos?

O Ministério do Turismo, para promover a inserção do *grupo GLBTT* pela prestação de serviços turísticos, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

- a) **levantamento, organização e difusão dos tipos e potencial de trabalhos gerados pela atividade de turismo, que podem ser exercidos e oferecidos à comunidade GLBTT;**
- b) **realização de campanhas publicitárias com imagem inclusiva de indivíduos da comunidade GLBTT realizando trabalhos e serviços da atividade turística:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• apresentar exemplos de pessoas desse grupo social que atuam com sucesso no setor;• realizar as campanhas de forma articulada. Exemplo: com os Ministérios do Trabalho, Ministério do Desenvolvimento Social.

- c) **sensibilização e incentivo à cadeia produtiva do turismo para a inserção da comunidade GLBTT:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• incluir o tema nas ações e programas do Ministério do Turismo e parceiros.

- d) **valorização de talentos e habilidades de indivíduos da comunidade GLBTT para atuação em eventos artísticos e culturais e para participação na produção associada ao turismo (artesanato e outros):**

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	viabilizar o desenvolvimento e aperfeiçoamento de talentos entre os GLBTT;
•	facilitar o acesso e capacitação por meio de campanha institucional;
•	estabelecer parcerias. Exemplo: Sistema S.

Sociedades Indígenas e Turismo

José R. Bessa Freire*

“There is nothing so strange in a strange land as the stranger who comes to visit it” (DENNIS O’ROURKE – Cannibal Tours – 1988)

Introdução

Turistas europeus e norte-americanos, num luxuoso cruzeiro pelo mar da Papua Nova Guiné, visitam 18 aldeias de uma tribo, localizadas na floresta ao longo do rio Sepik. O cineasta australiano DENNIS O’ROURKE, professor do *Research School of Pacific Studies*, está lá, presente, filmando tudo. O contraste é gritante. De um lado, os nativos apresentam dança tradicional, encenada especialmente para essa ocasião, e mostram seu artesanato, suas pinturas faciais, seus rituais, suas narrativas, suas casas de reza. De outro, os turistas entram nas aldeias, invadem as casas, barganham o preço de colares, pulseiras, máscaras de madeira e outras peças de artesanato, buscando o exótico, o diferente, o “autêntico”. Se fosse ficção, com atores, seria uma caricatura estereotipada. Mas as imagens mostram, em plena ação, personagens reais de um documentário, revelando uma tribo de turistas, que conhece muito pouco sua própria cultura e, talvez por isso mesmo, tenha dificuldades em se relacionar com a alteridade. Um casal de americanos, mascando chiclete, tenta disfarçar um riso nervoso diante de objetos fálcos vendidos como souvenir, depois de fotografar, sem

* Coordenador do Programa de Estudos dos Povos Indígenas da UERJ e professor do Programa de Pós-graduação em Memória Social da UNI-Rio - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

qualquer constrangimento, o interior da casa de reza. O alemão corpulento, de chapéu e terno safári, quer saber o lugar onde antigamente os nativos celebravam seus banquetes antropofágicos, e manifesta desejo de filmá-lo. A italiana, em calça *jeans*, estilizada, a face pintada com padrões gráficos locais, comenta que não acha certo que os nativos reorganizem sua forma de vida em função do turismo, porque isso compromete a ‘autenticidade’ da cultura visitada. As imagens reproduzem cenas em que turistas e nativos interagem lá, naquele espaço denominado por CLIFFORD (1999) como ‘zona de contato’. Os nativos querem e precisam vender aquilo que o turista está disposto a comprar: artesanato, paisagem, exotismo, danças, festas, pintura corporal, oportunidade de fotografar, filosofia de vida e outras produções culturais e símbolos identitários. São justamente esses interesses comuns que tornam viável a interação entre ambos. Esse é o tema de *‘Cannibal Tours*, (1988, 72 minutos), um documentário que levanta polêmica, oferecendo elementos para desconstruir as noções de ‘nativo’ e de ‘turista’, apresentados freqüentemente de forma simplificada e maniqueísta, o primeiro como “oprimido”, e o segundo como “representante da vanguarda do capitalismo injusto e opressor” (O’ROURKE: 1999).

O filme, produzido em associação com o *Institute of Papua New Guinea Studies*, pode ser muito útil, na medida em que as situações por ele apresentadas suscitam o debate e contribuem para formular várias questões que pretendemos discutir aqui no seminário nacional “Diálogos do Turismo – uma viagem de inclusão”.

Por que ultimamente o turismo vem demonstrando crescente interesse e se expandindo pelas comunidades indígenas? O que querem os turistas com os índios? Quais são os resultados econômicos, políticos e culturais de tal expansão, que coloca em relação direta o local e o global?

Qual o impacto da atividade turística sobre as culturas indígenas e sobre a representação que os próprios turistas fazem delas e de si mesmos? Como se organizam e reatualizam as tradições e a identidade étnica frente aos novos elementos externos trazidos pelo fluxo turístico? É possível e desejável organizar e planejar um sistema de turismo social, sob controle dos índios, capaz de contribuir para a sobrevivência dos indivíduos, de assegurar a existência de suas línguas e de revitalizar identidades minorizadas? Como formar quadros profissionais capacitados para tal tarefa? Qual o perfil desses profissionais?

Em que medida o desenvolvimento do turismo pode atender ao conjunto de necessidades e especificidades culturais e econômicas das comunidades indígenas? Nesse caso, as normas estabelecidas pelo Estado não devem ir além da questão econômica, buscando contemplar as especificidades culturais? Como formular políticas públicas para o setor diante da escassez de estudos, de pesquisas e de bibliografia sobre o tema? Qual o papel das diferentes agências governamentais – FUNAI, IPHAN, Ministérios do Turismo, da Educação, do Meio Ambiente – na elaboração e articulação dessas políticas, de tal forma que assegurem a defesa do patrimônio material e imaterial dos diferentes grupos étnicos?

O turismo, ao criar um mercado ampliado para os produtos nativos, é capaz de regenerar a indústria artesanal, constituindo-se numa alternativa viável de desenvolvimento auto-sustentável? Como resolver a contradição entre a procura dos turistas pela “autenticidade” e a negação da “autenticidade” decorrente do contato turístico? Em que medida a noção de “autenticidade” é compartilhada por turistas e nativos? Qual a representação que os índios têm do turista? Como os turistas vêem os índios? Qual o papel

que têm nessa representação as agências, os guias e os profissionais do turismo?

As respostas a essas perguntas exigem pesquisas e estudos que ainda não foram realizados. Embora o Setor do Turismo – um dos mais prósperos do mundo – tenha provocado mudanças em algumas populações indígenas no Brasil e em outros países, os processos sociais gerados por essa atividade foram poucos estudados pela antropologia. É necessário observar e ouvir os principais atores dessa experiência e acompanhar as diversas formas de interação entre eles: índios, turistas, guias, donos e funcionários de agências de turismo e de viagens, de pousadas, de restaurantes, de bares, de lojas de artesanato. Mas é necessário, sobretudo, proceder a alguns esclarecimentos teóricos sem os quais abordagem do problema fica seriamente prejudicada.

Do ponto de vista teórico, a discussão sobre o turismo em áreas indígenas remete a algumas noções e categorias como *cultura*, *nação*, *tradição*, *autenticidade* e *identidade étnica*, instâncias essencializadas que acabam por pensar a cultura como uma unidade congelada, a tradição como uma continuidade com o passado, a autenticidade como um recurso de legitimação, o nacionalismo como um valor perene, e a identidade como algo inegociável.

Num primeiro tópico, para viabilizar uma abordagem teórica da relação entre o turista e o nativo, vamos problematizar algumas noções que ajudam a pensar essa relação. Discutiremos conceitos como o de *cultura* – chamando a atenção para seu caráter fluido e dinâmico; de *identidade étnica* – mostrando tratar-se de uma instância negociada e modificada pelos agentes sociais; de *nação* – assinalando sua origem histórica. A partir dessas colocações, a ‘*autenticidade*’, tão procurada pelos turistas, será repensada, da mesma forma que as noções de *preservação* e *tradição*.

A própria classificação das construções culturais modernas em ‘autênticas’ ou ‘falsas’ será revista. Num segundo momento, discutiremos algumas práticas de turismo em áreas indígenas no Brasil, enfatizando que os índios não são vítimas ou elementos passivos de um processo de ‘perda de cultura’, mas se constituem em agentes de sua própria formação cultural. E, finalmente, na terceira parte, serão apresentadas propostas teóricas para pensar o turismo, com sugestões de políticas públicas para serem discutidas na oficina ‘Comunidades Indígenas e Turismo’, programada para acontecer durante o evento.

A abordagem teórica: o turista e o nativo

Num encontro sobre turismo cultural, realizado em Buenos Aires, JORGE GOBBI (2003) recorreu à teoria pós-colonial para criticar o senso comum e a antropologia tradicional, que construíram uma imagem essencializada do ‘nativo’, visto como um indivíduo ‘não-ocidental’, legítimo representante das “verdadeiras tradições locais”, mas a quem nunca se concedeu o direito de falar, a não ser pela intermediação do etnógrafo. A crítica também se estendeu à visão naturalizada sobre o turista, considerado como um indivíduo ‘decididamente bobo’, desprovido de ‘bagagem cultural’, cujas aspirações não passavam de um mero reflexo dos desejos do mercado, o que justificava que suas práticas, consideradas irrelevantes, não fossem estudadas.

A operação de desconstruir essas imagens exige conceber o turismo como um dos espaços – não o único – onde identidades são negociadas, o que requer, antes de tudo, rever as conceitualizações clássicas de *cultura* que, de maneira geral, apostam no seu caráter fixo, homogêneo, coerente e claramente delimitado. Nesse sentido, é útil apresentar as propostas de alguns autores que, de diferentes

formas e em diferentes momentos históricos, problematizam essas posições teóricas que substantivizam a cultura em elementos como língua, costumes, crenças, território, impossibilitando a apreensão de processos de mudança, da diversidade e heterogeneidade da vida social. Esses autores postulam o caráter de *constructo* da *cultura*, e dos conceitos a elas associados como *etnicidade*, *identidade étnica* e *tradição*.

O conceito de *etnicidade* é uma ferramenta útil para pensar os diferentes grupos sociais em contextos interacionais ou em processos de exclusão e inclusão. Nessa discussão, FREDERIK BARTH constitui um marco teórico para um novo tratamento desse conceito na antropologia social. O seu trabalho *Ethnic Groups and Boundaries* (1969) representa uma ruptura com os estudos interétnicos convencionais ao propor que um *grupo étnico* não pode ser definido a partir de traços culturais comuns, mas sim como uma *forma de organização social*. Para BARTH, “um grupo étnico não se define por seu estofo cultural (que se modifica no tempo e varia de acordo com ajustamentos ecológicos), mas através de critérios pelos quais ele mesmo estabelece as suas fronteiras (critérios de pertencimento e exclusão) e pela tentativa de normatização da interação entre os membros do grupo e as pessoas de fora”. (OLIVEIRA 1994: viii). A análise de um *grupo étnico* deve ser feita, portanto, não através das formas como os traços de uma cultura estão distribuídos, mas a partir de como a diversidade étnica é socialmente articulada e preservada.

Como é que os grupos étnicos se constituem e quais os mecanismos que utilizam para a manutenção de suas fronteiras? A preocupação de BARTH (1969), que se centra menos na conservação da cultura e mais na busca dos processos geradores da conservação ou da mudança, aponta

a variação como uma característica central. Como a cultura se apresenta em vários níveis, isso permite que os grupos possam variar e continuar sendo os mesmos. Num determinado momento o grupo se define a partir da língua, em outro, a partir de determinados ritos, por exemplo. A continuidade do grupo étnico, portanto, não está necessariamente relacionada à continuidade cultural.

Por outro lado, ao colocar o seu foco de análise na *interação* entre grupos étnicos diferentes, BARTH se opõe à abordagem clássica que trata as sociedades como totalidades fechadas e auto-explicáveis. É na interação que emergem as identidades étnicas e não no isolamento, ou seja, a identidade étnica é construída a partir da afirmação de um “nós” em relação à negação de um “eles”, onde as marcas culturais são levadas ao extremo e os *limites étnicos* que separam os grupos são construídos. Nesse sentido, para compreender um grupo étnico não se pode tomar uma cultura apenas, uma tradição apenas, mas todas aquelas culturas com as quais o grupo interage.

Dessa forma, o grupo étnico é entendido como um grupo cujos membros possuem uma **identidade auto-atribuída**. Essas categorias étnicas, que classificam uma pessoa em termos de sua identidade básica e geral, são **produzidas pelos próprios atores sociais**. Os indivíduos se “enquadram” nas identidades étnicas, assim como essas identidades são reelaboradas por eles. Nesse sentido, a identidade não é dada *a priori*, há uma margem de manobra onde o indivíduo pode “manipular” os elementos identitários, negociá-los através do confronto, do conflito.

BARTH destaca, assim, o caráter dinâmico da cultura, definindo-a como uma corrente, um fluxo, cujas formas são mutáveis e os limites fluidos. Chama a atenção para o caráter construído do limite ou fronteira entre grupos étnicos, em

oposição à concepção de fronteira como algo natural e não problemático. A cultura, a identidade étnica e a tradição são utilizadas e modificadas pelos agentes sociais, sendo, portanto, socialmente produzidas.

A questão da identidade é discutida também por uma outra abordagem, sintetizada por GEORGE MARCUS, numa iniciativa que estabelece os princípios básicos da proposta por ele chamada de *Etnografia Modernista*, com grande destaque na antropologia a partir dos anos de 1980. Segundo esta perspectiva, o aparato teórico-metodológico da antropologia clássica – *Etnografia realista* – tenta explicar um grupo ou sociedade como uma *totalidade* fechada e auto-explicável, mostrando-se improdutivo para apreender os processos atuais de produção de identidades, marcados pela livre circulação de produtos, pessoas, capitais e imagens (MARCUS: 1991).

Os processos atuais de formação identitária são *multilocalizados e dispersos*, emergindo de um sistema desterritorializado, que transita por entre fronteiras. Ao problematizar a noção de espaço da abordagem clássica, essa proposta entende que não se pode explicar as identidades tomando por referência uma sociedade ou comunidade, é necessário perceber que na formação das identidades estão em jogo elementos externos a essas unidades. As identidades não podem ser definidas de maneira categórica e coerente, na medida em que se formam “*a partir de turbulências, fragmentos, referências interculturais e a intensificação localizada das possibilidades e associações globais*” (MARCUS: 1991, 204).

Por outro lado, HANNERZ, ao considerar a cultura como um *fluxo*, se contrapõe à idéia de que “*os modos de viver e de pensar são puros, estáveis, eternos*” (HANNERZ: 1997, 29). A metáfora do fluxo lhe permite destacar o caráter

processual da cultura. A partir do contexto de globalização e transnacionalidade, idéias como *fluxo*, *mobilidade*, *emergência* e *recombinação* constituem novas variáveis para pensar a noção de cultura. Segundo ele, se a idéia de fluxo implica direções, é necessário contestar a existência de centros dominantes, uniformizadores e reconhecer que esses fluxos culturais são ativamente manipulados por parte de todos os agentes envolvidos, tanto de um lado como de outro. Não há uma relação de centro-periferia, mas uma multiplicidade de centros, fluxos entrecruzados e contrafluxos, criando um espaço de *interculturalidade*, embora saibamos que esse espaço esteja marcado por relações assimétricas, determinadas por condições econômicas, históricas e sociais. Portanto, “*se a identidade do objeto da pesquisa ‘desmancha no ar’, a identidade do modelo teórico utilizado pelo etnógrafo não deve permanecer intacta, “sólida”*” (MARCUS: 1991, 210). Assim, tanto BARTH quanto os etnógrafos modernistas contestam a visão essencializadora da cultura, da identidade étnica e da tradição, chamando a atenção para o caráter de *constructo* dessas entidades.

Na mesma direção vai BENEDICT ANDERSON (1989), quando numa perspectiva histórico-cultural aborda o conceito de *nação*, que só emerge em fins do século XVIII. Ele postula que a nação é uma *comunidade imaginada*, na medida em que os indivíduos pertencentes a ela jamais conhecerão a maioria de seus compatriotas, embora na mente de cada um esteja presente a imagem de sua comunhão. A nação é imaginada, ainda, como *limitada*, já que existem fronteiras, limites, para além dos quais existem outras nações. A nação é imaginada como *comunidade*, como uma elaboração de um sentimento de fraternidade e companheirismo. Finalmente, a nação é imaginada como

soberana devido ao contexto histórico de crítica e destruição do governo dinástico, de onde ela emerge.

A questão nacional está vinculada à conformação dos estados modernos, como uma organização da produção capitalista e nele a imprensa tem um papel importante. A escrita configura um *status* para as línguas como mais uma forma de construir identidades, assim, as idéias de patrimônio e consciência nacional são veiculadas pela imprensa desde o século XVIII. O crescimento da máquina editorial capitalista torna possível que um número cada vez maior de pessoas pense sobre si e se relacione com outras. Assim, as nações modernas se caracterizam por uma vinculação imaginada ou uma sensação de comunidade anônima.

Anderson destaca o caráter de *constructo* das idéias de *nação*, *nacionalidade*, *nacionalismo*, definindo-as como *artefatos culturais* e postulando a necessidade de analisar como elas “*se tornaram entidades históricas, de que modo seus significados se alteraram no correr do tempo e por que hoje em dia, inspiram uma legitimidade emocional tão profunda*” (ANDERSON: 1989, 12). A *nação*, construída, criada, inventada e historicamente datada se sustenta na ilusão de ser eterna, como uma comunidade compacta que se move firmemente através do tempo.

Nação, cultura, identidade nacional, tradição e etnicidade são assim ‘construções’, que se caracterizam, segundo HANDLER (1984), por serem resultados de um processo inconsciente, as pessoas pensam que estão descobrindo algo que, na verdade, estão inventando. Essa construção consiste, em primeiro lugar, numa seleção, posto que para construir a imagem é necessário incluir e excluir elementos. Em seguida, esse processo envolve uma recontextualização dos elementos selecionados, ou seja, os objetos numa nova interpretação transformam-se em algo novo, sendo

representados como em continuidade com um passado cultural autêntico. Finalmente, o objeto selecionado e recontextualizado abraçará novos sentidos.

Handler afirma que *“a cultura e suas manifestações são continuamente recriadas no presente”*, mostrando como os traços culturais não existem naturalmente, mas são objetificações semióticas, só assim é possível falar em *continuidade*. Assim, na medida em que o processo de objetificação da cultura constitui uma invenção, constantemente recriada, não se pode falar em *persistência, sobrevivência, adaptação e autenticidade*. Não há uma continuidade natural com o passado, o que há é uma nova construção, obviamente referida ao passado, mas criada no presente. Por isso, ele propõe a ruptura da dicotomia real x simbólico, opondo-se à idéia de que o primeiro constituiria uma entidade *natural*, objetivamente dada, que existe independente de qualquer concepção humana sobre ela; enquanto a segunda se oporia ao natural, como uma invenção. Sem negar a realidade, o autor recusa a existência de uma realidade natural das coisas (HANDLER: 1984).

Ao se analisar a experiência do turismo em áreas indígenas e, particularmente, a questão das identidades étnicas postas em ação nestas situações, é preciso estar atento aos processos de essencialização, isto é, aos mecanismos através dos quais a *identidade étnica, a cultura, a nação e a tradição* aparecem como entidades congeladas e a-históricas, garantindo, justamente através desse engessamento, aquilo que consideram como *‘autenticidade’*. No turismo em áreas indígenas, o turista costuma procurar e exigir um tipo de *‘autenticidade’* que significa aquilo que já vem definido em sua cabeça. *“Como querem comprar objetos ‘autênticos’, procuram comprá-los de vendedores também ‘autênticos’*. A autenticidade responde a um repertório prévio de

características definidas pelas representações sociais sobre os grupos indígenas. De todos os modos, parece claro que turistas e nativos compartilham uma série de imagens ‘naturalizadas’ sobre certos imaginários” (GOBBI 2003).

Criticando alguns autores que falam da “contaminação” das culturas nativas pelo turismo e outros, como MacCANNELL, que sustentam que o turismo contribui para a manutenção “artificial” da identidade, GOBBI se pergunta: “Por acaso essa recriação da identidade, essa conservação, não se dá em termos relacionais com os turistas e com o mercado? Existem formas de construir identidades por fora dos sistemas políticos, econômicos e sociais hegemônicos?” (GOBBI: 2003).

As respostas dos autores aqui visitados são claras. Eles nos ajudaram a concluir que as identidades não são dados *a priori*, mas, ao contrário, são negociadas pelos agentes sociais envolvidos num processo de interação. De modo geral, a interação é pensada como instância definidora da identidade. Da mesma forma, o que se concebe como tradição resulta de um processo que envolve seleção de elementos culturais, recontextualização desses elementos e atribuição de novos sentidos, com uma reelaboração criativa permanente. O turismo, como uma das forças sociais e econômicas de maior peso na vida de certas comunidades locais, é parte do contexto onde se processa a construção de identidades e onde se re-atualizam as tradições. Nesse sentido, parece interessante pensar como são construídas e manipuladas as identidades nesse tipo específico de interação social que constitui o turismo indígena no Brasil.

O turismo em terras indígenas no Brasil

Até o momento, o turismo tem sido abordado pelo estado brasileiro como uma atividade de venda de serviços e produtos turísticos, regulamentada por uma legislação

específica, que de alguma forma ordena o mercado de viagens e, ao mesmo tempo, determina as responsabilidades no relacionamento entre as agências e o consumidor, estabelecendo garantias quanto aos direitos do turista, de um ponto de vista comercial. Paralelamente, existem diversas ações institucionais do Estado, de natureza cultural e “preservacionista”, envolvendo outras instituições (MinC, IPHAN, Ministério do Meio Ambiente, IBAMA, MEC) destinadas a favorecer e incentivar a proteção e o conhecimento do patrimônio nacional, material e imaterial. Nesse sentido, a iniciativa do seminário “Diálogos do Turismo”, resgata, de um lado, uma dimensão pouco estudada da atividade turística, e de outro, permite fazer a articulação que falta das ações setoriais.

Embora a o turismo tenha se tornado um dos Setores mais prósperos do mundo e tenha causado impacto sobre algumas populações indígenas no Brasil, o turismo é ainda um tema pouco estudado pelas ciências sociais e, em particular, pela antropologia. São escassos os trabalhos que analisam os processos culturais gerados no âmbito da atividade turística em todas as suas manifestações. Quanto aos cursos de turismo, eles estão mais preocupados com a capacitação e o treinamento de quadros técnicos do que na formação de pesquisadores capazes de produzir conhecimentos sobre o tema. Segundo o Cadastro das Instituições de Ensino Superior (2004), existem atualmente no território nacional mais de 120.000 alunos matriculados em 601 cursos superiores de turismo, turismo e hotelaria e hotelaria, credenciados ou reconhecidos pelo MEC, oferecidos por 493 Instituições de Ensino Superior (IES), dentre as quais só 90 são universidades e, dessas, só 28 são públicas, quase todos com currículos voltados exclusivamente para a formação técnica. Esse dado fornece algumas pistas para esboçar um perfil de profissional emergente que se forma, com objetivos acadêmicos pouco

definidos e com uma maior preocupação no mercado. No que se refere à pós-graduação, existem em todo o país apenas quatro programas reconhecidos pela CAPES, exclusivamente de mestrado, nenhum de doutorado. Portanto, trata-se de um campo de reflexão ainda embrionário, que não conta ainda com massa crítica.

O turismo social, sobretudo aquele desenvolvido em terras indígenas, é ainda um campo novo, sem regulamentação, com pouca pesquisa e pouca reflexão sobre os seus impactos, o que dificulta a promoção de iniciativas de planejamento e gestão nesses locais. Algumas iniciativas foram desenvolvidas recentemente por agências de turismo. Uma delas, proposta pela Freeway para visitar o Parque do Xingu, inclui visita de dois dias a aldeia Puiwa Poho, criada pelos Waurá fora do perímetro do parque, onde os turistas são convidados a participar da rotina dos índios, ouvir narrativas míticas, assistir às danças, à pintura corporal e ainda se banhar no rio e degustar a culinária local. A outra, apresentada pela Agência Brasil 10, foi discutida com os índios Ticuna, da Comunidade de São Leopoldo, no alto Solimões (AM) (SPREI: 2005).

Qual o potencial turístico das comunidades indígenas no Brasil? Segundo o Censo demográfico de 2000, realizado pelo IBGE, 734.000 pessoas que vivem no Brasil se declararam índios, sendo que 52,2% vivem nas cidades e 47,8% no meio rural. Esses dados precisam ser trabalhados de forma mais rigorosa e sistemática, mas de qualquer forma, independente de suas imprecisões, eles mostram, de maneira irrefutável, o surgimento e o fortalecimento dos chamados 'índios urbanos', que migram para as cidades, onde reatualizam suas identidades. Em algumas capitais – Manaus e Campo Grande são dois bons exemplos – vários grupos étnicos como os Sateré-Mawé, os Ticuna e os Terena

organizaram centros culturais onde apresentam danças, vendem artesanato e cds bilíngües com músicas gravadas em português e língua indígena, e recebem grupos organizados de turistas. Mas essa situação dos índios urbanos é bastante nova.

O Censo de 1991, realizado pelo IBGE, indicava que naquela época apenas 24,1% dos índios viviam em área urbana, fora do seu território de origem, enquanto 75,9% ocupavam áreas demarcadas, delimitadas ou reivindicadas como terras indígenas. A situação legal dessas terras demonstra claramente que não é possível qualquer planejamento de atividades turísticas em áreas indígenas, se elas não forem reconhecidas legalmente como tal. Segundo o coordenador-geral da Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB) e secretário-executivo do Fórum de Defesa dos Direitos Indígenas, Jecinaldo Barbosa Cabral, índio sateré-mawé, “o Estado brasileiro é lento na demarcação de nossas terras. Elas são reconhecidas apenas depois de muita pressão dos povos e do movimento indígena. Nos últimos sete anos (1998-2004), uma média de 14 terras indígenas por ano teve seus limites declarados pelo Ministério da Justiça. Considerando que 628 terras indígenas ainda precisam ser demarcadas ou ter seus limites revistos, se o Brasil mantiver essa média, precisaremos de mais 45 anos para reconhecer todas as terras indígenas do país, segundo dados do Fórum em Defesa dos Direitos Indígenas” (CABRAL: 2005).

Mas se por um lado o desenvolvimento do turismo em áreas indígenas necessita da garantia da terra aos índios, por outro lado, “o turismo interno, isto é, a visita dentro do próprio meio geográfico e/ou cultural ajuda a proteger a fronteira étnica”, principalmente se reforçado pelo turismo externo, convencional. Na sua tese de doutorado no Programa de

Pós-graduação em Antropologia Social, GRÜNEWALD (2001) estudou a experiência turística dos Pataxó, no litoral sul da Bahia, que produziu um contato íntimo entre os índios e os turistas. Ele compara essa experiência com a dos Cajun da Louisiana, estudada por ESMAN, para quem “a indústria do turismo encoraja ativamente as expressões de orgulho étnico e a renovação de padrões tradicionais, e as agências de renovação étnica, por sua vez, encorajam o turismo” (GRÜNEWALD: 2001, 47).

No Brasil, além do caso clássico citado dos Pataxó, outras experiências foram objetos de estudos. O turismo desenvolvido em área Guarani, da aldeia Krukutu, no estado de São Paulo e as atividades de ecoturismo em algumas comunidades Guarani do Rio de Janeiro foram considerados como uma alternativa econômica viável “se o ecoturismo, for bem planejado com participação da comunidade no processo de gestão, com preparação e esclarecimento da população no que se refere à conscientização sobre o turismo e riscos que poderão advir” (MELO: 2005). Em Roraima, desde 1998, os Macuxi demonstraram preocupação com a questão. Nesse ano, realizaram um encontro no contexto do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (BOTELHO FILHO & PESCE JR.: 1998), seguido em 1999 de uma oficina de sensibilização com 35 participantes da Maloca da Raposa, no município de Normandia (BOTELHO FILHO: 1999). No Amazonas, a Federação das Organizações Indígenas do Alto Rio Negro (FOIRN), com assessoria técnica da Universidade Federal do Amazonas, também realizou, em junho de 2004, oficina para discutir a temática de Sustentabilidade e Ecoturismo Indígena (FOIRN: 2004). Todas essas experiências evidenciaram a necessidade de formulação de políticas públicas para disciplinar o turismo em áreas indígenas.

As políticas públicas: por um turismo intercultural

O processo de discussão sobre políticas públicas para o turismo em áreas indígenas se iniciou há dez anos quando o GTC Amazônia foi encarregado pelo Ministério do Meio Ambiente de elaborar, com apoio da FUNAI, um Programa-piloto de Ecoturismo em Terras Indígenas. Dois anos depois, em 1997, o Ministério do Meio Ambiente, a FUNAI e duas ONGs – Centro de Trabalho Indigenista (CTI) e Eco-Brasil – promoveram um encontro em Bela Vista (Goiás) para discutir as diretrizes norteadoras do Ecoturismo em Terras Indígenas. Talvez o resultado mais importante do evento tenha sido a criação do Grupo Técnico de Coordenação de Ecoturismo para a Amazônia Legal. Um de seus desdobramentos foi a elaboração, em Silva Jardim (RJ) do Manuel Indígena de Ecoturismo, cujo texto “foi elaborado por especialistas em ecoturismo, antropólogos e técnicos indigenistas, tendo como ilustradores índios das nações Arara, Jaminawa, Kaxinawá, Katukina, Kulina e Machineri do Estado do Acre”. (PARAGUASSÚ & DE LA PENHA: 1997). O manual pretendeu também apresentar “princípios, critérios e diretrizes a fim de informar e preparar as comunidades indígenas para operações ecoturísticas que vêm ocorrendo informalmente e sem controle dentro das terras indígenas” (Faria 2003). Após algumas considerações de ordem mais geral, seria oportuno discutir aqui várias diretrizes específicas, retomando princípios formulados pelas iniciativas citadas.

A escola, a mídia e o turismo são responsáveis, em grande medida, pela representação que o brasileiro tem do índio. Embora ainda em estado embrionário, a arena turística

constitui um espaço privilegiado de constituição e reprodução da imagem das populações indígenas, produzidas e veiculadas por diversos agentes da sociedade brasileira (FREIRE, M.: 2001). O caso dos índios Pataxó constitui um exemplo. GRÜNEWALD entrevistou, entre outros agentes, índios e turistas, em Coroa Vermelha (BA). Os turistas não demonstraram desagrado com os guias, mas também não expressaram total satisfação. Já os índios foram unânimes em criticar os guias e as empresas turísticas, acusando-os de prejudicar a venda do artesanato, quando fazem circular, entre os turistas, informações contraditórias. Segundo os índios, alguns guias repetem sistematicamente que “não existe mais índios autênticos” e que “Coroa Vermelha é uma favela”. Outros aconselham ao turista não se aproximar dos índios, “porque eles são brabos” (GRÜNEWALD: 2001, 43). Por isso, os Pataxó decidiram interferir nesse processo, capacitando-se – eles próprios – como guias e monitores. Recentemente, em novembro de 2005, quarenta índios Pataxó receberam da Bahiaturisa o certificado de Monitores de Turismo de Atrativos Naturais. A meta é melhorar a qualidade de atendimento aos turistas e ampliar os conhecimentos básicos sobre a história e a cultura da comunidade. (*Correio Brasiliense*, 30/11/2005, p.7).

Essas considerações nos permitem indicar alguns subsídios para o debate referente à formulação de políticas públicas para turismo em áreas indígenas.

1. Fomentar a pesquisa para conhecer os impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais do turismo em áreas indígenas e compreender, por exemplo, as novas formas de territorialidade que os índios estão construindo e as respostas que estão dando ao processo de globalização. A produção de conhecimentos no campo das ciências sociais e,

particularmente, da antropologia, é imprescindível para a elaboração do planejamento turístico preocupado com o etnodesenvolvimento, a inclusão social, a geração de renda, o uso sustentável dos recursos naturais e a preservação do patrimônio natural e cultural.

2. Levantar os dados, localizar os relatórios técnicos existentes e mapear as experiências já realizadas para avaliar o potencial turístico e de mercado das áreas indígenas, bem como para desenhar o perfil dos seus visitantes e fazer o diagnóstico das comunidades indígenas inseridas no Programa de Regionalização. Para isso, é fundamental a recuperação da memória que já existe nos órgãos públicos, ONGs, universidades e organizações indígenas.

3. Garantir o controle das comunidades sobre a gestão das atividades turísticas em áreas indígenas e no processo de tomada de decisões. Isso significa, entre outros aspectos, a existência de operador/agência receptiva local prioritariamente coordenada por organizações indígenas.

4. Promover cursos de capacitação para a formação de agentes indígenas de turismo, de forma articulada com as escolas indígenas, assumindo o seu caráter intercultural, bilíngüe, específico e diferenciado. Hoje, em terras indígenas, existem mais de duas escolas de ensino fundamental em todo o país, onde mais de 120.000 crianças estudam com cerca de 5.000 professores. Em algumas áreas já começam a desenvolver o ensino médio, de forma inovadora. Nos cursos de formação de professores indígenas, seria conveniente criar uma linha de ação educativa que contemple informações básicas sobre o turismo (MEC: 2002)

5. Desenvolver ações educativas envolvendo tanto os turistas que vão visitar as aldeias como as comunidades indígenas receptoras, tal como vem se dando em países como o México

e o Peru. As comunidades indígenas devem estar preparadas para receber os visitantes, da mesma forma que os turistas necessitam de informações básicas para lidar com a diversidade cultural.

6. Com as organizações representativas dos índios de várias regiões do país, como a COIAB – Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira e a FOIRN – Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro, e o apoio e parceria de organizações governamentais e não-governamentais, selecionar áreas onde possa ser desenvolvido um turismo étnico planejado, com condições de acesso e salubridade e uma infra-estrutura adequada de recepção aos turistas.

7. Estimular e apoiar a formação de centros culturais, centros de artesanato e museus em áreas indígenas, onde os índios possam confeccionar e vender seu artesanato e apresentar suas diferentes manifestações culturais: danças, culinária, objetos de cultura material. No México, existe uma experiência que merece ser discutida. Lá, nos últimos 15 anos, moradores de pequenos povoados organizaram mais de 160 museus comunitários, que hoje estão espalhados por todo o país. Esses museus, além de receberem turistas, cuidam algumas vezes das zonas arqueológicas, impedem o saqueio do patrimônio aí existente, preservam a história e a memória da comunidade, zelam pelo meio ambiente, realizam oficinas de artesanato e de danças, refletem sobre a questão da cidadania e dos direitos humanos e tratam do cotidiano e dos problemas da comunidade. O museu dos índios Huichol, na comunidade indígena de Huajimic, no Estado de Nayarit, é um desses (FREIRE, J. 2001).

8. Elaboração de normas para o turismo em áreas indígenas, com a formulação de uma legislação própria, que discipline

a entrada de turistas em áreas indígenas, a partir do que está estabelecido na Constituição Brasileira de 1988, que reconhece os direitos indígenas à diferença.

9. Estabelecimento de medidas cautelares para registrar, patentear e proteger os etno-saberes, presentes em muitos atrativos culturais oferecidos pelos diversos grupos étnicos aos turistas, seguindo as normas já estabelecidas pelo IPHAN de registro do patrimônio imaterial.

Alguns desses princípios foram também discutidos na Teleconferência Internacional Indígena sobre Certificação do Turismo, organizada de 31 de maio a 2 de julho de 2004 pelo Indigenous Tourism Rights Internacional (ITRI), com sede em Saint Paul, Minnesota, nos Estados Unidos. Dela participaram líderes indígenas, representantes de agências de turismo, antropólogos e especialistas que trataram de vários temas ligados ao ecoturismo, como mercado, ética, desenvolvimento de critérios e diretrizes, significado dos projetos operados pelos povos indígenas, direito e autodeterminação dos povos indígenas (CEDIN: 2004). Uma de suas conclusões, bastante singela, pode concluir essa comunicação: **os principais beneficiários do turismo em áreas indígenas devem ser os próprios índios e suas culturas.**

Bibliografia

Anderson, Benedict - *Nação e Consciência Nacional* (1983). São Paulo, Ática, 1989.

Barth, Fredrik. Introduction. In *Ethnic groups and boundaries*. London. G. Allen & Unwin. 1969.

Botelho Filho, M. & Pesce Jr. José G. (moderadores). Relatório do Projetos Novas Fronteiras da Cooperação para o Desenvolvimento Sustentável PNFC/PNUD. Roraima. Embratur. 1998 (mimeo).

Botelho Filho, Mardônio (moderador). Relatório da Oficina de Sensibilização de Comunidade. 1ª Fase. Maloca da Raposa – Normandia. PRONAF/PNMT. 1999 (mimeo).

- CEDIN. Tele Conferencia Internacional acerca de la certificación del turismo. Boletín del Centro para el Desarrollo Indígena. Buenos Aires, Puntarenas, Costa Rica. 09/06/2004. <http://www.cedincr.org>
- Cabral, Jecinaldo Barbosa. *E as demarcações de terras indígenas?* São Paulo. Folha de São Paulo, 5 de dezembro de 2005, A-C.
- Clifford, James. “Culturas viajeras”. **In** *Itinerarios transculturales*. Barcelona, Gedisa. 1999.
- Faria, Ivani Ferreira. *Identidade e Turismo: subsídios para o planejamento do turismo indígena em São Gabriel da Cachoeira/AM*. Tese de Doutorado em Geografia (Geografia Física). São Paulo. USP. 2003.
- FOIRN – Federação das Organizações Indígenas do alto Rio Negro. Yaneretama. Sustentabilidade e Ecoturismo Indígena. São Gabriel da Cachoeira. SDSMA/UFAM.2004.
- Freire, José R. Bessa. Encontro de museus comunitários no México. *Museu ao Vivo – Boletim do Museu do Índio/Funai*. Rio de Janeiro, ano XI, n.19, janeiro de 2001.
- Freire, Maria José A. A construção de um réu: a representação do índio na imprensa brasileira. Dissertação de Mestrado. PPGAS. Rio de Janeiro. 2001
- Gobbi, Jorge. *Turismo y autenticidad: hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales*. Buenos Aires. III Encuentro de Turismo Cultural. 30-31 de octubre y 1 de noviembre de 2003.
- Grünewald, Rodrigo de Azevedo. *Os índios do descobrimento. Tradição e turismo*. Rio de Janeiro. Contracapa. 2001
- Hannerz, Ulf - Fluxos, Limites e Hibridização. Rio de Janeiro. *Mana - PPGAS*, n.03. 1997.
- Handler, Richard. On sociocultural discontinuity: nationalism and cultural objectification in Quebec. *Current Anthropologist*, vol. 25. n.1, 55-71. 1984
- Marcus, George. Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do séc. XX ao nível mundial. São Paulo. *Revista de Antropologia - USP*, n. 34. 1991.

MEC – Coordenação Geral de Apoio às Escolas Indígenas. *Educação Escolar Indígena. Quem são, quantos são e onde estão os povos indígenas e suas escolas no Brasil?* SEF. Brasília. 2002

Melo, Erick Silva Omena de. *Turismo sustentável em áreas indígenas: uma alternativa para a Aldeia Guarani Araponga do Município de Paraty/RJ*. Monografia de conclusão do Curso de Bacharelado em Turismo. Rio de Janeiro. Universidade Estácio de S'. Dezembro de 2005.

OLIVEIRA, João Pacheco de. *“A viagem de volta: reelaboração cultural e horizonte político dos povos indígenas do Nordeste”*. Projeto Estudo sobre Terras Indígenas no Brasil (PETI). Rio de Janeiro. Museu Nacional, 1994.

O'Rourke, Dennis. On the making of 'Cannibal Tours'. Research School of Pacific Studies. Canberra. 1999.

Paraguassú, Aldenir & De la Penha, Denise Hamú. *Apresentação. Manual Indígena de Ecoturismo*. Brasília. Editora Coronário/GTC Amazônia. 1997.

Sprei, Carlos. *Communauté des Indiens Ticuna, Sud Ouest de l'Etat d'Amazonas, Sao Leopoldo, Haut SOLIMÕES*. Rio de Janeiro. Brasil 10. 2005.

GT: Sociedades Indígenas e Turismo

Perguntas orientadoras:

1. Como promover a inserção das sociedades indígenas pela prestação de serviços turísticos?

Diante da fragilidade social, cultural, política, econômica e ambiental das *sociedades indígenas*, o Ministério do Turismo, para promover a inserção dessas Sociedades pela prestação de serviços turísticos, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

a) fomento à produção e difusão de informação e conhecimento sobre as Sociedades Indígenas e o turismo:

Recomendações Operacionais

- fomentar a pesquisa acadêmica sobre o tema;
- promover novas pesquisas e estudos (Sugestões de temas para as pesquisas: impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais da atividade turística em áreas indígenas; pesquisa de mercado, perfil dos visitantes e turistas em áreas indígenas; modelo de organização, modelos de gestão da atividade turística);
- levantar e divulgar resultados de pesquisas e estudos sobre o assunto;
- fomentar publicações;
- realizar concursos de trabalhos.

- b) **estabelecimento de medidas cautelares para patentear os saberes etnos;**
- c) **fomento ao debate da temática “turismo em áreas indígenas” e elaboração de normas específicas para visitas em áreas indígenas:**

Recomendações Operacionais

- levantar informações e documentação sobre o tema nos órgãos públicos e demais organizações;
- pesquisar, levantar e mapear as organizações indígenas brasileiras e verificar a relação com o turismo;
- estruturar grupo de trabalho com a participação das organizações indígenas e do mercado;
- realizar seminário para discussão de diretrizes;
- apoiar a elaboração de diagnóstico das áreas identificadas e de propostas para estruturação de produto turístico, em articulação com a FUNAI;
- identificar áreas potenciais para o desenvolvimento da atividade turística e a estruturação de novos produtos;
- estabelecer parcerias. Exemplo: MMA, IBAMA, CEGEN (Conselho de Gestão do Patrimônio Genético), CNPT, MEC / Coordenadoria Geral de Educação Indígena, CAPES, FUNAI, SEPIR, SESC, SENAC, CNPq, ABA (Associação Brasileira de Antropólogos), Universidades, ISA (Instituto Sócio-Ambiental), CTI (Comissão de Trabalhadores Indígenas), CIMI (Conselho Indígena Missionário), CPI-AC (Comissão Pró-Índio - ACRE).

d) informação, capacitação e preparação das comunidades indígenas para a gestão da atividade turística:

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	viabilizar a organização da atividade receptiva pelas pessoas da comunidade;
•	formar agentes indígenas de turismo (monitor) em articulação com as escolas indígenas;
•	fomentar a criação de Associações de Turismo em áreas indígenas;
•	inserir o turismo como tema transversal no Referencial Curricular Nacional para Escolas Indígenas – RCNEI/MEC para as comunidades de interesse;
•	criar curso de capacitação e formação com conteúdo programático no âmbito da EJA – Educação de Jovens e Adultos;
•	inserir atividades práticas, visitas técnicas, estágios e intercâmbios;
•	levantar, conhecer e difundir experiências de turismo em áreas indígenas internacionais visando promover intercâmbios.

e) capacitação e preparação do mercado (operadoras, agências e turistas) para o turismo em áreas indígenas:

Recomendações Operacionais

- preparar operadoras e agentes de viagem para trabalharem com comunidades indígenas;
- definir capacitação para as operadoras e agentes de viagem, com conteúdo específico, como pré-condição para comercialização dos produtos turísticos em áreas indígenas;
- levantar e estudar o perfil do visitante ou turista;
- realizar palestras com os turistas abordando questões indígenas (cultura, comportamento e ambiente), como condição prévia de visitação.

f) estímulo e fortalecimento dos Centros Culturais Indígenas:

Recomendações Operacionais

- incluir e valorizar o artesanato, as manifestações culturais (música, danças etc.), os ritos e a culinária;
- incentivar a organização de museus, exposições históricas, plantas medicinais;
- assegurar que a concepção e características dos Centros Culturais expressem a cultura indígena.

Gênero, Turismo, Desigualdades

Adriana Piscitelli*

Introdução

Este texto trata das relações entre gênero, turismo e desigualdade a partir de algumas perguntas quase singelas, mas cujas respostas são complexas e dividem opiniões no debate público. Quais são os efeitos do turismo nas relações entre homens e mulheres? Como ela incide nas distribuições de poder que permeiam essas relações? O turismo alimenta desigualdades? Contribui para eliminá-las? Tais perguntas são visíveis nas discussões de agências governamentais e não-governamentais e na mídia, particularmente quando se trata do aspecto tido como expressão do grau máximo de desigualdade quando vinculada ao Setor, o turismo sexual. No debate, a expectativa no que se refere às possibilidades abertas pelo turismo em termos de redução da pobreza é confrontada com um dos exemplos tidos como mais cruel materialização das desigualdades entre homens e mulheres, países ricos e pobres.

As respostas às perguntas anteriores são complexas porque o turismo envolve diversas dimensões, todas elas permeadas por gênero. As distinções entre características consideradas masculinas e femininas que, articuladas a outras diferenças (de classe, raciais, região, orientação sexual, idade), são implementadas em distribuições diferenciadas de poder, situando as pessoas em posições desiguais (BRAH, 1996; MacCLINTOCK, 1995; CRENSHAW, 2002). As marcas de gênero são aspectos centrais na organização do turismo, na venda de produtos turísticos (o *marketing* que cria sedutoras

* Antropóloga, Pesquisadora e Professora da Universidade de Campinas – UNICAMP, Coordenadora do Núcleo de Estudos de Gênero – PAGU/UNICAMP

imagens dos lugares de destino) e em seu consumo (PRITCHARD e MORGAN, 2000). Por este motivo, compreender a (re) produção de desigualdades no âmbito do turismo exige prestar atenção às imagens e ideologias de viagem criadas pelo mercado (e re-criadas pelos turistas) e ao mercado de trabalho organizado por e em torno da atividade turística. É necessário considerar também as dinâmicas de gênero presentes nas sociedades receptoras e como elas se modificam no marco do desenvolvimento do turismo. A compreensão deste processo exige levar seriamente em conta o marco político no qual ele tem lugar, algo que é crucial quando se trata do turismo em regiões pobres do mundo.

Vários destes aspectos são tratados em documentos dos organismos internacionais voltados para o desenvolvimento e na produção acadêmica sobre turismo, sobretudo nas abordagens sensíveis às inquietações feministas. Esta literatura, que começa a ser publicada em finais da década de 1980, é relativamente escassa quando comparada com o grande volume de produção sobre turismo¹. Todavia, o conjunto do material é relevante em termos da discussão sobre turismo e gênero, uma vez que suas formulações são centrais para as diretrizes das políticas públicas destinadas a promover o acesso à riqueza, oportunidades e participação na sociedade. Essa produção se concentra basicamente em três tópicos: o mercado de trabalho, a problemática do turismo sexual e, em menor grau, a produção de imagens turísticas. As perspectivas que informam a discussão desses temas são

¹Os trabalhos centrados nas relações entre turismo e gênero são relativamente escassos na produção internacional (excetuando as discussões específicas sobre turismo sexual), aspecto que se reitera na literatura brasileira. Nesta última há alusões a essa relação, sobretudo, quando se trata de discussões sobre meio ambiente ou turismo sustentável (BARBOSA e BEGOZZI, 2004) e no turismo sexual (BEM, 2003; DIAS FILHOS, 1998; LEHMANN, 1994; SILVA e BLANCHETTE, 2005).

diferenciadas. Elas expressam posicionamentos às vezes antagônicos no que se refere aos efeitos do turismo em termos de gênero, apresentados ora como positivos, ora como francamente negativos.

Neste texto, analisam-se os argumentos centrais nesse debate, tomando como referência a literatura internacional sobre o tema e pesquisas realizadas, em uma perspectiva socioantropológica, no Brasil. O trabalho está dividido em três partes. Na primeira, delineiam-se as principais idéias presentes na discussão. Na segunda parte, examino esses argumentos considerando resultados de pesquisas que realizam-se sobre turismo internacional, gênero e sexualidade em Fortaleza; sobre imagens de brasileiras e mulheres de outros países de América do Sul em *sites* da *web* destinados a “turistas sexuais” e sobre a migração de brasileiras ao exterior em contextos vinculados ao turismo sexual. Finalmente, na terceira parte, considera-se como as idéias que resultam desse confronto podem contribuir para a elaboração de diretrizes no campo de políticas públicas voltadas para a problemática.

1. Apresentando o debate: turismo, desigualdades e oportunidades

Nos países em desenvolvimento os nacionalistas temem os perigos do turismo, visto como algo que pode converter seu país em uma nação de garçons e camareiros. Mas, o verdadeiro fundo da hierarquia está integrado pelas mulheres, as camareiras e lavadeiras.

Linda Richter (2000)

A discussão sobre as relações entre gênero e turismo está parcialmente orientada por questões centrais no debate sobre turismo em sentido amplo. Essas questões, delineadas com particular nitidez quando se trata dos efeitos do turismo

internacional nos países e regiões considerados em desenvolvimento, referem-se ao grau no qual a atividade turística gera benefícios ou, ao contrário, apresenta efeitos negativos nas comunidades receptoras. No debate há um acordo em termos de considerar que impactos tidos como positivos no plano econômico não necessariamente são positivos no plano social, isto é, na organização social, na cultura e no cotidiano das comunidades.

Alguns estudos tendem a destacar o aspecto positivo do turismo como agente de crescimento econômico, utilizando indicadores tais como aumento de divisas; novas oportunidades de emprego; melhora dos níveis de renda; introdução de técnicas e novas tecnologias; melhora na saúde pública, na oferta de serviços sanitários. Outras pesquisas, centradas, sobretudo, em dimensões culturais, prestam atenção às alterações no sistema de valores, nos comportamentos individuais, nas condutas morais e estilos de vida coletivos; alterações na tolerância em termos de sexualidade; aumento da prostituição e da delinquência; introdução de drogas; alcoolismo; mercantilização das culturais locais; autonomização em relação à família, à religião e aos valores comunitários; imitação e reprodução dos comportamentos estrangeiros. Vários, entre estes trabalhos, destacam os efeitos negativos do turismo nas sociedades receptoras e os atribuem às disparidades político-econômicas entre os turistas e a população receptora e ao poder ideológico e cultural dos visitantes sobre os visitados. Há, ainda, linhas alternativas que afirmam a existência de uma variabilidade de impactos sociais, em função da diversidade de contextos específicos nos quais visitantes e visitados se relacionam. Nessas perspectivas, tal diversidade só é compreendida através de análises contextualizadas que mostrem a complexidade do turismo e cujos resultados podem ser utilizados como referência para comparações,

mas não podem ser generalizados, aplicados a qualquer outro contexto (GUAY e LEFEBVRE, 1998).

Esta breve sistematização visa situar o debate sobre as relações entre gênero e turismo. Os argumentos desta discussão mantêm relações com uma ou outra das posições anteriormente comentadas, mas o fazem introduzindo a questão de gênero como problemática central, para explorar, a partir dela, os impactos do turismo. As diversas linhas que participam nesta discussão coincidem em conferir centralidade aos estereótipos de gênero, às noções preconcebidas e cristalizadas sobre masculinidade e feminilidade, na produção de desigualdades no âmbito do turismo. Essas abordagens convergem também em considerar o turismo sexual e a construção de certos tipos de imagens dos lugares turísticos como expressões das desigualdades que, implementando esses estereótipos, estão especificamente relacionadas à atividade turística.

No que se refere a este último ponto, diversos estudos mostram como distinções de gênero são e foram fundamentais nas ideologias das viagens, inclusive anteriores ao desenvolvimento do turismo de massa, estimulando-as mediante imagens feminilizadas de lugares “virgens”, a serem penetrados (PRATT, 1992; ENLOE, 1989). As imagens produzidas no marco da indústria turística, além de serem marcadas por gênero, são, com frequência, altamente erotizadas, estimulando diversas expressões da sexualidade, criando espaços sexualizados entre os quais se contam os locais destinados à “lua-de-mel” ou praias cujo atrativo reside no erotismo público (CHAMBERS, 2000). Quando se trata de certas regiões pobres do mundo, essa erotização, vinculada a noções de exotismo, apela ao consumo dos corpos inferiorizados, seja por meio da produção visual de imagens corporais ou mediante metáforas construídas em

torno da natureza, selvas voluptuosas ou tórridas praias tropicais (PRITCHARD e MORGAN, 2000).

A principal discrepância nas discussões sobre as relações entre gênero e turismo reside na percepção do mercado de trabalho vinculado à indústria turística. Enquanto uma linha de discussão considera possível criar, através do mercado de trabalho, alterações nas dinâmicas de gênero, favorecendo as mulheres, as abordagens feministas críticas insistem na impossibilidade de modificar essas dinâmicas sem alterar as desigualdades que permeiam a ordem global, nas quais gênero ocupa um lugar central. Isto porque imagens cristalizadas de feminilidade e masculinidade e os lugares subordinados ocupados pelas mulheres são cruciais nos processos políticos e econômicos que perpetuam essa ordem global.

A primeira dessas aproximações, considerando o turismo uma relevante força econômica, discute como utilizar de maneira eficiente os recursos por ele oferecidos para reduzir a pobreza das mulheres e das comunidades locais nos países considerados em desenvolvimento. O principal argumento é que, em termos mundiais, o turismo é uma das principais fontes de emprego e de possibilidades de geração de renda para as mulheres. Portanto, e apesar de criar um mercado de trabalho no qual há uma visível pirâmide de gênero, o turismo deveria ser visto como benéfico, já que abre caminhos para a redução da pobreza das mulheres nos países “em desenvolvimento”. Considera-se que, além de oferecer recursos em termos de geração de renda, o turismo abre caminhos para a participação das mulheres nas áreas de planejamento e administração locais.

A síntese dos resultados da pesquisa sobre emprego e participação das mulheres no turismo apresentada pelas Nações Unidas – Comitê do Reino Unido de Meio Ambiente

e Desenvolvimento – (HEMMATI, 1999), que reuniu dados disponíveis no mundo inteiro e contemplou 12 estudos de caso em diferentes países, oferece um exemplo das percepções positivas do impacto do turismo. O estudo, baseado no emprego formal em hotéis e restaurantes, setor tido como o maior empregador nesse Setor, delineia um quadro no qual o turismo emprega, em termos gerais, na maioria dos países, um maior número de mulheres do que outros setores². No estudo se observa que as mulheres recebem salários inferiores aos homens, um fator que se agrava nos países pobres. No mundo considerado desenvolvido, elas receberiam, em média, 80% do valor dos salários masculinos. A diferença seria maior nos países “em desenvolvimento”, nos quais as mulheres receberiam entre 10% e 70% do valor dos salários masculinos. Além disso, certos trabalhos, os menos bem remunerados, localizados na base da pirâmide ocupacional, seriam desempenhados majoritariamente (90%) por mulheres. E, ao contrário, a participação das mulheres nos altos níveis administrativos seria ínfima.

Contudo, o turismo é valorizado, considerado como “bom candidato” para melhorar a posição das mulheres devido à sua amplitude, rápido crescimento, natureza diversificada e dinâmica e à sua flexibilidade. Considera-se que, além de empregos, o turismo oferece estímulos para a procura de treinamento e educação já que demanda, no mínimo,

² O relatório trabalhou com os dados disponíveis entre 1988 e 1997, mas se deixa claro que, em termos mundiais, na base dos dados existentes, apenas foi possível traçar um quadro geral porque: não há suficientes dados sobre o setor informal, não há dados desagregados por sexo para todos os países, há mais dados sobre os números de homens e mulheres trabalhando nos setores turísticos que sobre os salários médios e sobre as horas de trabalho. Além disso, há diversos países sobre os quais não há dados disponíveis.

conhecimentos básicos de administração e línguas estrangeiras. Neste argumento, a idéia é que a independência financeira e a educação conduziram ao aumento da “auto-estima” feminina e a relações mais igualitárias nos âmbitos familiar e comunitário.

Outra das linhas de debate considera a indústria turística como uma expressão do poder, crescentemente internacionalizado que, ancorado em desigualdades de gênero, as alimenta (ENLOE, 1989). Nesta abordagem, o impacto social do turismo internacional é percebido como negativo e como uma das expressões da ordem global. A idéia é que o mercado de trabalho criado pelo turismo não contribuiu para a eliminação das desigualdades, em termos de gênero. Nesta aproximação, trabalhos menos bem remunerados para as mulheres nos setores turísticos dos países do Sul e turismo sexual fazem parte de um mesmo *continuum* vinculado às desigualdades mundiais instituídas por essa ordem, em padrões nos quais o turismo segue caminhos de exploração de gênero abertos pelas atividades coloniais (BOLLES, 1997).

Nesta abordagem, a geração de empregos no âmbito da indústria turística é considerada através das lentes que avaliam as relações entre gênero e trabalho no marco da globalização. De acordo com essas leituras, o capital internacional se apóia em ideologias e relações sociais marcadas por gênero para recrutar e disciplinar trabalhadores/as com o fim de obter e reproduzir força de trabalho barata dentro e através das fronteiras nacionais (MILLS, 2003). O turismo, como outras atividades econômicas, utilizaria noções de masculinidade e feminilidade para baratear os custos do trabalho, definindo certos segmentos da população, sobretudo mulheres (e crianças), como trabalhadores de baixo custo. A produção

de imagens das trabalhadoras como corpos sexualizados, cuja subordinação é sustentada através da erotização, faria parte dessas estratégias disciplinares.

Nesta leitura, no Setor do Turismo, a extensão da idéia de trabalho doméstico a certos serviços desempenhados principalmente pelas mulheres (lavar, limpar, arrumar, cozinhar, servir), com baixa remuneração, reitera um padrão no qual o ingresso das mulheres na força de trabalho não está associado com melhorias no estatuto econômico das mulheres em relação aos homens, nem incide na alteração nas relações de poder no âmbito familiar (ANDERSON e DIMON, 1995; RICHTER, 2000; ENLOE, 1989)³. Além disso, os trabalhos menos bem remunerados e menos visíveis são realizados por mulheres dos grupos mais desvalorizados em termos de etnicidade, cor e classe (ENLOE, 1989; ADIB e GUERRIER, 2003). Neste quadro, a sexualização que torna populações das comunidades receptoras alvo de consumo sexual no marco do turismo, sobretudo mulheres e crianças que corporificam etnicidades e cores inferiorizadas, expressa apenas uma diferença no estilo de estratégias de subordinação e no grau de exploração dos seres consumidos.

Sem contestar o diagnóstico político presente nesta abordagem, as pesquisas realizadas problematizam o efeito univocamente negativo concedido ao turismo, inclusive o internacional, nas dinâmicas de gênero. A ampliação na participação das mulheres nas áreas de planejamento e

³ Nesta linha de argumentação, considerar que imagens cristalizadas de masculinidade e feminilidade incidem no posicionamento inferior das mulheres não significa pensar que essas imagens sejam idênticas em todos os contextos. Segundo MILLS (2003), em alguns lugares o *status* das mulheres solteiras, consideradas à maneira de filhas subordinadas, as torna um recurso de mão-de-obra barata e flexível. Em outros contextos, é o *status* das mulheres como esposas e mães o que justifica baixos salários e a precariedade dos empregos.

administração locais é verificada em estudos que tratam de iniciativas comunitárias, de grupos locais e de cooperativas (BARBOSA e BEGOSSI, 2004; SWAIN, 1989). De acordo com esses estudos, noções de gênero e esferas de atuação tradicionais tendem a ser reforçadas quando os grupos locais não administram o desenvolvimento do turismo. Ao contrário, as mulheres tendem a deslocar-se, ocupando lugares de decisão, influência e prestígio, em termos comunitários, quando esse desenvolvimento é controlado pela comunidade local (SWAIN, 1989). Esta particularidade é registrada nas abordagens que consideram o turismo uma força com efeitos positivos, nas quais se estimulam parcerias entre segmentos do Turismo e as comunidades, como via para a produção de efeitos positivos, também em termos de gênero (HEMMATI, 1999).

Mas, o que sucede nos lugares nos quais a atividade turística, especialmente o turismo internacional, tende a estar controlado por poderosos interesses econômicos cuja característica não é necessariamente preocupar-se com as comunidades locais? Estudos de caso realizados em diversas partes do mundo sugerem, a partir de análises complexas e contextualizadas, que os significados de gênero e as relações sociais por eles informadas fazem mais do que sustentar estruturas globais de poder. Essas dimensões também constituem um terreno dinâmico no qual formas de dominação podem ser contestadas, re-trabalhadas e ainda potencialmente transformadas (CUKIER, NORRIS e WALL, 1996). Nas relações econômicas globais, masculinidades e feminilidades não são homogêneas nem são “experienciadas” de maneira uniforme. As pessoas podem ser recrutadas na base de imagens de docilidade, mas as experiências e recursos a partir do trabalho assalariado e dos rendimentos decorrentes do turismo podem proporcionar-lhes novos meios para contestar sua subordinação em outras arenas da vida cotidiana. Novos espaços abertos pela mobilidade global e práticas de trabalho

possibilitam expressões de identidades de gênero transgressivas, em termos de visões consideradas tradicionais. Essas análises mostram que compreender estes aspectos no marco do turismo internacional exige levar em conta como gênero atravessa dimensões globais e locais, a inserção das populações nativas na atividade turística e suas possibilidades de geração de renda fora dela, relacionamentos entre visitantes e visitados e os padrões de gênero que permeiam as relações entre os integrantes das comunidades locais.

O turismo sexual, fenômeno considerado em umas e outras abordagens como máxima expressão das desigualdades vinculadas ao Setor do Turismo, oferece um caso particularmente rico para pensar sobre essas idéias. Na literatura sobre essa problemática, o turismo sexual é considerado como produto de uma convergência entre diversos fatores: a existência de uma indústria ancorada em fatores econômicos e políticos que estimula a produção de lugares de recriação voltados para o consumo de sexo, a alimentação de uma ideologia turística na qual as populações de certas regiões pobres são percebidas como atraentes e disponíveis para o consumo (sobretudo mulheres, particularmente marcadas por certos traços “raciais”) e a existência de populações cujo grau de pobreza as estimula a participar no mercado de sexo. Tomando como referência uma pesquisa qualitativa sobre o tema em Fortaleza⁴, na próxima parte do texto examino vários argumentos até aqui expostos.

⁴ A análise está baseada nos resultados de pesquisa desenvolvida a partir de uma abordagem antropológica. Os dados, coletados em trabalho de campo realizado concentrado em dez meses entre outubro de 1999 e agosto de 2002 (as últimas visitas ao campo tiveram lugar em novembro de 2003 e junho de 2004, paralelamente ao acompanhamento da trajetória de mulheres de Fortaleza que migraram para Itália), foram obtidos através de entrevistas informais e estruturadas com diferentes agentes envolvidos nas indústrias do turismo e do sexo, através de observação, e pela gravação de entrevistas em profundidade com 75 entrevistados/as, entre eles 26 mulheres que

2. Setor Turístico, Trabalho e Turismo Sexual

Fortaleza, considerada uma das principais cidades brasileiras ligadas ao turismo sexual internacional, é tida como um centro de indústria e, sobretudo, de turismo por suas belas praias e agitada vida noturna. Com mais de 2.000.000 de habitantes, é considerada uma das cidades de mais rápido crescimento do país e, também, uma das regiões metropolitanas mais pobres (IBGE, 2000). Em Fortaleza e áreas próximas, a intensificação do turismo é visível na transformação de praias que eram praticamente desertas, na metade da década de 1980, em requintados balneários e no grande aumento no número de hotéis. Em 2001, ano em que realizei parte substantiva da pesquisa de campo, os turistas estrangeiros representaram menos do 10% do total de visitantes (Governo do Estado do Ceará, 2002)⁵. Mas o turismo internacional era extremamente visível nos lugares turísticos da cidade, onde visitantes estrangeiros brancos

mantêm relacionamentos com turistas sexuais e com 25 turistas e expatriados em busca de sexo de várias nacionalidades. Foram entrevistados, também, agentes vinculados ao turismo e à prostituição, na cidade, homens nativos que mantêm relacionamentos sexuais/afetivos, com estrangeiras e estrangeiras que se relacionam com homens locais. Além disso, obtive dados secundários, estatísticas e estudos de casos sobre turismo e prostituição doméstica de agências governamentais, instituições educacionais e ONGs. (Governo do Estado do Ceará, 2002; Câmara Municipal de Fortaleza, 1999; KUBITSCHKEK, 1997). Para uma síntese dos resultados dessa pesquisa ver PISCITELLI, prelo e 2004.

⁵Nesse ano, a cidade recebeu mais de 1.450.000 turistas brasileiros e apenas 172 mil estrangeiros (Governo do Estado do Ceará, 2002).

⁶Registro que algumas mulheres estrangeiras freqüentavam os circuitos turísticos acompanhadas por parceiros também estrangeiros ou em família; a cidade não aparecia como destino atraente para estrangeiras sós, de acordo com algumas entrevistadas, o “machismo” reinante as fazia sentirem-se desconfortáveis.

eram, em geral, encontrados na companhia de jovens locais, tidas como mais “escuras”⁶. Nesse momento o turismo era considerado uma das fontes de emprego de mais rápido crescimento no Ceará⁷, mas, em Fortaleza, o turismo internacional era visto com esperança e preocupação por estar fortemente associado ao turismo sexual.

No Brasil, o debate público sobre o turismo sexual (que tende a defini-lo como prostituição, envolvendo principalmente crianças e adolescentes), tornou essa problemática uma fonte de preocupação nacional. No começo da década de 1990, era possível ver estrangeiros entrando nos grandes hotéis de Fortaleza com meninas aparentando ser muito jovens, mas os sinais visíveis dessas ocorrências no setor da orla desapareceram⁸. As ações da sociedade civil organizada fomentaram o banimento da publicidade turística oficial que utilizava imagens sexualizadas de mulheres e estimularam campanhas governamentais contra a exploração sexual de crianças por estrangeiros⁹. Contudo, essas imagens continuaram sendo produzidas pelo setor privado e vendidas, localmente, na forma de postais e calendários¹⁰. Mas, o que interessa destacar: essas ações tiveram efeitos, entre os quais

⁷ PLANCE, 1996, e SINE, 1996, in CORIOLANO, 1998.

⁸ Baseio-me na observação uma vez que, embora meu estudo sobre Fortaleza tenha sido realizado entre 1999/2002, acompanho regulamente, desde 1985, as transformações vinculadas ao turismo na cidade.

⁹ Uma Campanha Nacional pelo Fim da Exploração, da Violência e do Turismo Sexual contra Crianças e Adolescentes foi lançada em todo o país em 1995, envolvendo ações tanto no Brasil (com linhas telefônicas onde o turismo sexual envolvendo crianças podia ser denunciado) como no exterior, através de acordos com Itália, França, Alemanha e Inglaterra, a fim de punir cidadãos dessas nações tanto no Brasil como em seus países de origem. “O Brasil é moda”, *Isto é* 1681, 19/12/2001.

¹⁰ Pouca atenção tem sido concedida à difusão de imagens voltadas para o turismo nacional, que mostrando desigualdades regionais, também apontam para a sexualização do Nordeste (EMRICH, 2004).

se conta a realização de pesquisas que relativizam a completa responsabilidade atribuída, no passado, aos turistas sexuais pela incidência da prostituição infanto-juvenil em Fortaleza.

Estudos acadêmicos sobre essas questões na cidade mostraram que, no final da década de 1990, nas áreas sob análise, incluindo aquelas freqüentadas por turistas, a prostituição envolvia basicamente adolescentes. Também indicavam claramente que, embora os turistas representassem uma porcentagem considerável dos clientes, os turistas brasileiros tinham participação próxima à dos estrangeiros e, no total, a participação de ambos era inferior à dos clientes locais, que constituíam a maioria dos consumidores. (Câmara Municipal de Fortaleza, 1999). A despeito do resultado dessas pesquisas, o turismo sexual continua a ser considerado uma das principais fontes da exploração sexual de crianças (PETIT, 2004)¹¹. Casos de estrangeiros “pedófilos” estão reiteradamente presentes nos jornais. E vale observar que, no Brasil, esse termo não é usado com a mesma freqüência quando se trata de consumidores de sexo brasileiros (LANDINI, 2003). O turismo sexual envolvendo jovens adultas (que não se configura necessariamente como crime¹²) (SILVA e BLANCHETTE, 2005) também tem suscitado ansiedade, por ser percebido como associado às drogas e, acima de tudo, ao tráfico internacional de mulheres.

A inclusão de Fortaleza nos circuitos mundiais de turismo sexual, que é visível na cidade, é referendada e recomendada

¹¹ O recente Relatório da Comissão de Direitos Humanos sobre a venda de crianças, a prostituição infantil e a pornografia envolvendo crianças (PETIT, 2004: 9) afirma que no Brasil o turismo sexual é uma das formas mais difundidas de exploração sexual comercial de crianças.

¹² Em termos da lei, a prostituição que envolve mulheres acima dos dezoito anos não é crime; conforme o Código Penal (arts. 227, 228, 229 e 230), só é crime a exploração e o favorecimento da prostituição.

nos *sites* da Internet voltados para “informar” os viajantes à procura de sexo (PISCITELLI, 2005). A produção sobre turismo sexual internacional possibilita afirmar que a alteração na geografia desse tipo de turismo, intimamente associada a fatores econômicos, políticos e culturais, mantém relações com aspectos nos quais pouco difere de outros tipos de turismo contemporâneo. Refiro-me à necessidade de consumo de uma autenticidade vinculada aos “novos” destinos, algo que confere um *plus* de valorização e uma certa distinção aos turistas em sentido amplo. É por isto que os pontos do circuito mundial de turismo sexual perdem valor quando se popularizam excessivamente (MULLINGS, 1999; PISCITELLI, 2002).

No marco das modificações nessa geografia, a pobreza é um fator relevante, embora não garanta o “sucesso” de um lugar a ponto de torná-lo centro de turismo sexual. Esses destinos são definidos em função da possibilidade de sexo barato somada à construção de estilos de sensualidade, atravessados por gênero e raça, vinculados a certas regiões e a certos países. Os *sites* destinados aos turistas sexuais revelam que as desigualdades regionais afetando o Nordeste do Brasil são claramente percebidas por esses turistas. A região surge como destino em função das possibilidades que ela oferece em termos do acesso a mulheres portadoras de certos atributos, com o atrativo adicional de serem menos profissionalizadas que no Rio de Janeiro e dispostas a entabular relacionamentos à maneira de namoradas de férias. As cidades do Nordeste são contrastadas com as cidades do Sul do país, nas quais se considera que há mulheres de classe social mais elevada e pouco acessíveis. Os depoimentos de usuários do *World Sex Archives*, um dos *sites* da *web* mais populares entre turistas à procura de sexo, instando outros a trocar cidades do Sul pelo Nordeste do Brasil são significativos:

*Curitiba, especialmente com pouco conhecimento do Brasil, não é fácil. Para uma experiência de... longo prazo, aposta melhor teria sido o nordeste, onde as meninas são pobres, acostumadas a ficar com gringos com quem mal podem se comunicar, e que não fazem muito mais durante o dia do que programas, mas é claro que essas meninas tendem a ser mais mulatas e morenas. Sugiro que você vá para o nordeste... você anda procurando no lugar errado...*¹³

*Floripa sem dúvida é uma bela cidade... mas não é o melhor lugar para o hobby... Você pode encontrar algumas não profissionais de férias, mas não se impressionarão com um gringo, a maioria são garotas de classe alta de São Paulo, Porto Alegre ou Argentina... Recife e Fortaleza são mais adequadas.*¹⁴

As mulheres de Fortaleza que estabelecem relações sexuais/econômicas com turistas em busca de sexo têm sua própria visão sobre o universo do turismo sexual local, que elas percebem como oferecendo (inigualáveis) oportunidades de ingressos, de mobilidade social e, em alguns casos, de migração para países do “Primeiro Mundo”.

As entrevistadas freqüentam a região da cidade considerada centro noturno da prostituição voltada para estrangeiros, na cidade, a praia de Iracema. Elas intercambiam sexo por bens

¹³ Fonte: World Sex Archives. Linha de conversação: Paulsobe# no Carnaval de 2003 em São Paulo /Brazil, 02/03/2003.

¹⁴ Fonte: World Sex Archives. Saetta, Linha “Paulsobe in São Paulo Carnival 2003”/Brazil, 04/03/2003.

e vantagens materiais, formando relacionamentos com os visitantes estrangeiros às vezes também permeados por sentimentos românticos¹⁵. Os locais denominam esses relacionamentos “turismo sexual de classe média”, diferenciando-os de outras modalidades “mais pobres” ou de menor “nível” de prostituição. Essas mulheres são jovens, a maioria entre vinte e trinta anos; originárias do Ceará e de outros estados do Nordeste.

Elas fazem parte das camadas baixas e médias baixas da cidade, embora estejam longe de serem extremamente pobres, em termos locais, e/ou analfabetas. Em geral, moram em conjuntos habitacionais para pessoas de baixa renda, mas não nas áreas miseráveis da cidade, ou de classe média baixa. Também atingiram um nível de escolaridade comparativamente mais alto (algumas têm secundário incompleto ou completo ou supletivo) do que as mulheres envolvidas nas versões “mais pobres” da prostituição. Em um marco social no qual a sexualidade de jovens de camadas baixas “tradicionalmente” tem sido consumida por homens locais de camadas superiores¹⁶ e, ocasionalmente, um meio para possibilitar a sobrevivência ou “melhorar a vida”, algumas entrevistadas trocaram os primeiros namorados locais por estrangeiros. Outras procuraram, primeiro, “ajuda” (uma categoria central neste universo) em homens locais,

¹⁵ Para uma discussão da imensa diversidade de relações ligadas ao turismo sexual, ver: KEMPADOO, 2000; sobre as fronteiras pouco nítidas entre a prostituição e outras formas de encontros sexuais no quadro do turismo sexual, ver: OPPERMAN, 1999; COHEN, 1982, 1986.

¹⁶ Vários dos homens locais entrevistados, na faixa dos quarenta anos, tiveram sua primeira experiência sexual com a empregada doméstica da casa ou com prostitutas. Esse padrão se altera entre os entrevistados mais jovens que se iniciaram com amigas ou namoradas das suas mesmas camadas sociais.

mais velhos, trocando depois esse “velho que ajuda” (FONSECA, 2004) por um estrangeiro. Outras, finalmente, ingressaram no universo do turismo sexual internacional após terem se dedicado a realizar “programas” com homens locais e turistas brasileiros.

A cor da pele dessas mulheres é considerada pelos padrões nativos entre o moreno e o moreno claro. Do ponto de vista local, as jovens daquelas classes sociais que estabelecem relacionamentos com turistas estrangeiros, especialmente quando consideradas de pele escura, são vistas como prostitutas. Mulheres de camadas mais elevadas e pele tida como mais clara envolvidas em relacionamentos sexuais com turistas estrangeiros podem evitar o rótulo de prostitutas. Mas esse rótulo afeta de maneira recorrente as mulheres de estratos mais baixos e/ou pele mais escura que acompanham visitantes internacionais.

Algumas dessas entrevistadas se consideram trabalhadoras do sexo. Para elas o turismo internacional traz a possibilidade de realizar *programas* (termo que se refere estritamente aos contratos que regulam a troca de sexo por pagamento financeiro direto, nos quais preços, períodos de tempo e tipos de práticas sexuais são previamente acordados) com estrangeiros, *clientes* preferidos porque pagam melhor e, de acordo com elas, as tratam melhor do que os clientes locais e inclusive de outros estados do Brasil. Muitas das entrevistadas, porém, não se vêem nesses termos.

Estas últimas são mulheres jovens que têm empregos estáveis, com salários por elas considerados baixos (em 2002, os salários mais elevados estavam em torno de R\$ 500). Esses empregos estão direta ou indiretamente relacionados com a indústria turística. Elas são arrumadeiras de hotéis, garçonetes em bares e restaurantes no setor turístico, cabeleireiras ou manicuras em salões de beleza da orla. Em alguns casos,

esses empregos possibilitam renda mais elevada que os obtidos por outras mulheres de suas famílias, trabalhando na roça, no serviço doméstico ou no comércio. A vinculação dos trabalhadores na indústria turística com o turismo sexual tem sido documentada em diversos lugares do circuito mundial (CABEZAS, 2004). No caso das mulheres entrevistadas em Fortaleza, os relacionamentos com os turistas oferecem diversos benefícios econômicos. Elas não fazem *programas*, mas aceitam e em geral pedem presentes e contribuição financeira para suas necessidades imediatas e de médio prazo, entre as que se contam os recursos necessários para iniciar pequenos negócios (ter o próprio salão de beleza, uma barraca na praia, um restaurante, são os sonhos de algumas delas). Essas jovens respiram uma atmosfera de estórias de casos e casamentos de sucesso, com ênfase particular na aquisição de apartamentos, bares, restaurantes – todas expressando uma clara mobilidade social.

Nem todas essas mulheres pretendem migrar. No entanto, algumas das jovens que se consideram trabalhadoras do sexo e a maioria das que não se pensam nesses termos, sonham com um futuro melhor em alguns países estrangeiros, principalmente na Europa. Os contatos transnacionais que têm lugar nesse contexto alimentam esse desejo de migrar que amplifica, em escala global, os sonhos de migração tecidos por gerações anteriores de nordestinos em torno das cidades do Sudeste do Brasil.

Nem a pobreza extrema, nem a falta de empregos (e o desenvolvimento do turismo certamente promoveu alguns dos que elas têm) são os aspectos que conduzem essas jovens a essas modalidades de relacionamentos. Contudo, os aspectos econômicos (lidos como “oportunidades”) desempenham um papel importante na construção de seu

desejo por esses relacionamentos. Essa idéia de oportunidade se torna compreensível considerando o posicionamento dessas mulheres dentro dos padrões de gênero que as afetam permeando a divisão sexual do trabalho, opções de emprego disponíveis, sua localização em termos das concepções raciais e de classe locais e os lugares que elas ocupam nas relações com os homens nativos de seu próprio estrato social. Essas entrevistadas são afetadas por barreiras de classe e raciais que elas julgam rígidas e quase intransponíveis e por aspirações de mobilidade social intensificadas pelo contato com o universo do turismo internacional. Neste marco, equiparar os salários das mulheres aos dos homens de camadas sociais análogas nos empregos vinculados à indústria turística provavelmente não alteraria o quadro. E elas são afetadas, também pelo que consideram o extremo *machismo* local, caracterizado por traços de intensa possessividade, agressividade, distanciamento afetivo, falta de respeito, infidelidade, violência, de homens que jamais dividem as tarefas domésticas, nem se responsabilizam em termos econômicos e pelo cuidados pelos filhos. Essas mulheres consideram os viajantes estrangeiros como agentes para escapar a essa malha de relações que percebem como algo que as aprisiona.

A produção internacional sobre turismo sexual chama a atenção para a heterogeneidade de modalidades presentes nesse universo, considerando um conjunto de fatores, o sexo e a idade de aqueles/aquelas oferecendo serviços sexuais, a orientação sexual dos consumidores, a participação ou não de intermediadores, a integração desse tipo de serviços no setor formal ou informal, em tempo parcial ou integral e

traçando, também, distinções entre turistas sexuais (MULLINGS, 1999) (O'CONNELL DAVIDSON, 1996).¹⁷

Para alguns dos estrangeiros entrevistados, homens de nacionalidades, idades, níveis de escolaridade e renda extremamente diversificados¹⁸, Fortaleza aparece como uma “zona” inesgotável que possibilita inúmeras experiências sexuais com custos relativamente baixos em termos internacionais. Mas vale registrar que eles estabelecem distâncias com os “pedófilos”. Preocupados principalmente com não ter problemas com a polícia, são sensíveis às

¹⁷ Essas distinções são traçadas, também, entre as turistas sexuais, as mulheres dos países do Norte que viajam à procura de sexo nas nações do Sul. E, se o turismo sexual protagonizado por homens dos países do Norte é concebido como tentativa de re-criação, em escala global, de padrões tradicionais de masculinidade e de uma antiga submissão feminina em vias de desaparecimento no Primeiro Mundo, quando as protagonistas são as mulheres dos países do Norte, se considera que os parceiros/as exploram novas vias para negociar masculinidade e feminilidade. Algumas autoras chamam a atenção para o fato de que essa idéia está presente em anúncios circulando nos países do Norte, nos quais se convida as mulheres a engajar-se em viagens de “aventura”, que oferecem a experiência “empoderadora” de viajar “livres dos papéis e expectativas de gênero tradicionais” PRUITT e LAFONT, 1995.

¹⁸ O circuito de “turismo sexual de classe média” abriga uma multiplicidade de visitantes internacionais, que chegam principalmente de Itália, Portugal, Holanda, Alemanha, França, Inglaterra, Estados Unidos e alguns países latino-americanos. Há homens casados e solteiros; jovens de vinte ou trinta anos e também homens de quarenta, cinquenta e sessenta anos. As profissões variam, e incluem trabalhadores manuais, professores de línguas, jornalistas, pequenos empresários e também advogados e consultores financeiros internacionais. Entre os entrevistados, alguns contavam com secundário completo, outros com escolas técnicas superiores ou escolaridade superior completa. Os salários e/ou retiradas mensais variaram entre U\$ 1.000 (um argentino) e US\$ 1.2500 (um norte-americano).

campanhas contra a “prostituição infantil” e aos movimentos vinculados às diversas Comissões Parlamentares de Inquérito sobre Turismo Sexual que tiveram lugar na cidade. Este aspecto, perceptível durante a realização do trabalho de campo, é vastamente registrados na correspondência que os turistas sexuais intercambiam no *site*. Como exemplo reproduzo uma dessas mensagens:

A Polícia Federal recentemente completou uma investigação exhaustiva da prostituição em Fortaleza, gravando vídeos de todos os estrangeiros que chegavam ao aeroporto, mandando agentes disfarçados a casas de massagens e apartamentos, entrevistando garotas de programa, e escrevendo um relatório detalhado que foi posto à disposição da mídia. A maior parte dele enfocava a declaração de Lula no sentido de acabar com a prostituição infantil. Mas o alvo são definitivamente os donos do Café del Mar, África etc., a despeito de que eles controlem as meninas.

By bom boa on Sunday, June 15, 2003
Linha de conversação: Espera-se Grande Estouro em Fortaleza

Para outros viajantes, esse estilo de turismo sexual alarga o leque de opções disponíveis em termos de relacionamentos estáveis. Alguns se vinculam a uma amante fixa, com baixo ou médio custo, à qual enviam dinheiro mensalmente, e visitam três ou quatro vezes durante o ano, enquanto mantêm seus casamentos na Europa. Outros vêm no universo de turismo sexual de Fortaleza a possibilidade de obter esposas que, além de corporificar um estilo de sexualidade, marcado

pela cor e considerado pouco usual e extremamente atraente, reiterem padrões tradicionais de feminilidade, incluindo docilidade e desejo de agradar, que eles consideram extintos em seus países de origem. Precisamente, esses últimos são os viajantes à procura de sexo mais almejados pelas nativas.

Nesse universo, as mulheres exibem um conjunto de práticas através das quais tentam obter benefícios materiais de seus namorados estrangeiros, estratégias que estimulam a difusão dos “romances”, abrindo caminho para relacionamentos em longo prazo (percebidos como mais rentáveis) e uma eventual viagem para o exterior. Mas, não se trata de pura instrumentalidade. Os estrangeiros são muitas vezes idealizados, concebidos como incorporando os melhores estilos de masculinidade. Ao mesmo tempo, as nativas incorporam os atributos que os visitantes estrangeiros lhes conferem, mediante os quais as sexualizam.

Essa sexualização, contudo, está intimamente ligada às possibilidades de mobilidade social sonhadas por essas jovens. Em relacionamentos que são, em termos globais, uma expressão da posição subordinada dessas mulheres, ao incorporar a extrema sensualidade atribuída a elas, elas abrem caminhos que desestabilizam critérios lineares de desigualdade no plano micro das relações com seus parceiros e também ampliam suas esferas de decisão e influência, no âmbito familiar. Na percepção dessas jovens, os relacionamentos com os estrangeiros alargam seus universos e oferecem “oportunidades”, uma noção que expressa o desejo de ascender a uma posição social e política inteiramente diferente no mundo. Essa busca de oportunidades, não oferecidas pelos empregos ao quais elas têm acesso, talvez seja uma das razões que explicam o baixo êxito de práticas de ONGs que, lutando contra a migração associada ao turismo sexual, alertam nativas dessas regiões

sobre os perigos a que as mulheres brasileiras se expõem no exterior e/ou oferecem treinamento profissional, como via alternativa ao trabalho sexual, em geral em ocupações com salários relativamente baixos, na região, como manicura ou cabeleireira (profissões que várias das entrevistadas já exerciam).

Hoje, a praia de Iracema, região na qual foi realizada parte substantiva da pesquisa, marcada pelo estigma da prostituição, está quase abandonada. Os restaurantes e bares nos quais realizei entrevistas, que eram freqüentados por turistas e também pelas camadas médias locais, fecharam. Estabelecimentos e apartamentos estão à venda. O registro recentemente publicado na revista *Viagem* (11/2005) sintetiza a percepção geral do efeito do turismo sexual nessa praia:

A praia de Iracema (endereço do Pirata, famoso forró das segundas-feiras) é uma região de casario antigo que foi restaurada na virada do milênio e chegou a ter alguns dos restaurantes e bares mais chiques de Fortaleza. Hoje, os restaurantes se concentram praticamente numa quadra só, e o resto do pequeno bairro virou um mar de inferninhos e discoteconas suspeitas. Impossível andar por ali sem ser abordado pelas garçonetes – e não só por elas.

O turismo sexual, nefasto para essa praia, utilizado instrumentalmente por várias das entrevistadas, possibilitou a algumas enfrentar certas práticas tradicionais, em termos de gênero. Suas trajetórias permitem perceber que, embora corporificassem uma sensualidade extrema, elas opuseram iniciativa, racionalidade e resistência à submissão,

simplicidade e dependência que lhes eram atribuídas. Várias (fizessem ou não *programas*) residem hoje na Europa. Os contextos de turismo sexual são considerados porta para caminhos migratórios (e de tráfico) seguidos por brasileiras que se integram na indústria do sexo na Europa e isso sucede em alguns casos (PISCITELLI, 2005b). Contudo, a maioria dessas jovens deixou o mercado do sexo através de relacionamentos com os turistas que conheceram em Fortaleza e vive em famílias de camadas médias europeias, formadas com eles, somando-se ao contingente de migrantes brasileiros que, enviando remessas desde o exterior, contribuem com a melhora de vida das famílias que permaneceram no Brasil (PISCITELLI, 2004, b).

Estudos que analisam os efeitos do turismo sexual assinalam que em lugares nos quais diversos aspectos vinculados ao turismo internacional são forças relativamente novas (o capital estrangeiro, novos circuitos de migração à Europa e uma indústria do sexo em ampliação) nem sempre é fácil discriminar entre permanências e alterações nas configurações de gênero (BRENAN, 2004). Modificações nas relações em um ou outro núcleo doméstico, apontando para a ampliação das esferas de influência e decisão femininas não necessariamente expressam alterações nessas configurações. Para afirmar que elas existem é necessário detectar recorrências, padrões. A modalidade de turismo sexual analisada remete à procura de oportunidades, ao traçado de um projeto de ascensão social, a estratégias para viabilizá-lo e a práticas de resistência feminina (nas quais se utilizam os recursos disponíveis). Mas, neste ponto é necessário confrontar as abordagens que percebem com olhos otimistas as contestações à subordinação nas circunstâncias mais adversas. Apesar de certas contestações, esta modalidade de turismo sexual remete às desigualdades estruturais, permeadas por gênero, entre as nacionalidades

em jogo. As saídas individuais achadas por essas entrevistadas estão longe de interferir nessas desigualdades. Elas tampouco incidem na alteração das configurações de gênero locais (que são coletivas). Finalmente, essas saídas, apesar de possibilitar que algumas mulheres escapem de certas malhas de desigualdade no plano local, não evitam que elas sejam afetadas por outras, permeadas por gênero, em suas novas vidas no exterior.

3. Informando Linhas de Ação

Descrevi detalhadamente este estudo de caso porque ele oferece elementos para considerar, a partir de um contexto brasileiro, os principais tópicos tratados na discussão sobre as relações entre gênero e turismo, explorando caminhos para eliminar as desigualdades. A intensificação do turismo, ao gerar empregos e receitas certamente pode ser associada a aspectos positivos em termos de desenvolvimento, redução da pobreza e inclusão social, seja em pequenas comunidades ou em centros urbanos. Paralelamente, ele apresenta riscos no que se refere à reprodução de desigualdades de gênero, particularmente sérios quando se trata de regiões pobres, nas quais as mulheres contam com escassas oportunidades. Seguindo as linhas feministas críticas, a questão seria enfrentar e promover o desenvolvimento do turismo a partir de situações mais igualitárias, também em termos de gênero. E, se alguns riscos podem ser reduzidos a partir da atividade turística, criar situações menos desiguais exige a participação articulada de diversas instâncias do governo e da sociedade em ações que extrapolam o âmbito do turismo.

No que refere-se ao Brasil, os riscos sociais vinculados a essas desigualdades, evidentes no caso que acabo de apresentar, não são delineados de maneira tão nítida no que se refere ao mercado de trabalho criado pela e em torno do

turismo. Há uma escassez de pesquisas e estudos sobre o tema. Observo que uma consulta no SCIELO/Brasil, arquivo de periódicos acadêmicos *on-line*, indicou 16 artigos sobre turismo, em nenhum dos quais os termos gênero ou mulher foram incluídos nas palavras-chave (novembro de 2005). Levando em conta que para pensar como agir é necessário, antes de mais nada, conhecer, seria necessário realizar uma série de pesquisas (em abordagens quantitativas e qualitativas) que analisem a participação diferenciada de homens e mulheres em diversos segmentos desse mercado, em várias partes do país e em diferentes tipos de turismo, explorando seus efeitos em termos de gênero. A escassez de investigações que resultem em um diagnóstico é um ponto de estrangulamento para a elaboração de linhas de ação.

Pesquisas realizadas em outras partes do mundo levantam pontos e formulam recomendações que seria importante considerar a partir de contextos nacionais. Mas, para tanto, é fundamental fomentar pesquisas acerca do tema e esta é a primeira das recomendações no curto prazo. De outro modo não há como balizar as recomendações. Em termos gerais, as pesquisas disponíveis para outros países asseguram que a participação em empreendimentos turísticos contribui para diminuir a pobreza em termos individuais e do núcleo doméstico, alterando, em termos de gênero, a distribuição do trabalho e a ingerência das mulheres nos processos de decisão no plano comunitário. Mesmo neste caso, supondo que se aplique ao contexto brasileiro, é necessário que essa idéia seja confrontada com análises que mostrem os efeitos dessa participação nas vidas de homens e mulheres e nas relações entre uns e outras. Isto exige considerar tipos de ocupação, níveis de renda e horas de trabalho, fora e dentro de casa, em todos os serviços, incluindo os vinculados ao “cuidado” (da casa, as crianças, idosos, doentes). E requer

também explorar os processos decisórios no âmbito familiar e comunitário.

Esses efeitos deveriam ser traçados tendo como referência diferenças na participação no setor informal e formal e, ainda, neste último, possíveis diferenças no tipo e nível de emprego e de renda nos empreendimentos turísticos controlados por capitais estrangeiros e nacionais. Levando em conta que nos países considerados desenvolvidos as diferenças salariais entre homens e mulheres são mais reduzidas, seria importante verificar se essa relação se reitera nos empreendimentos turísticos estrangeiros no Brasil.

Recomendações gerais formuladas pelas Nações Unidas (HEMMATI, 1999), estimular e oferecer treinamento para as mulheres em áreas vinculadas à atividade turística (sobretudo, naquelas tidas como “não tradicionais” em termos de gênero, voltadas para *marketing*, administração e línguas estrangeiras), criação e facilitação de acesso a programas de microcrédito, certamente são caminhos para a promoção de oportunidades. Além disto, a participação de organizações não-governamentais e governos locais pode contribuir para viabilizar e melhorar o acesso das mulheres ao mercado. Contudo, a adequação dos aspectos particulares dessas iniciativas e seus efeitos em termos de distribuições de poder entre homens e mulheres só podem ser avaliados a partir de estudos em contextos específicos.

As recomendações das Nações Unidas incluem o apoio ao trabalho feminino mediante políticas facilitadoras, desde creches e programas para a igualdade de oportunidades, incluindo cotas de mulheres em cargos de alta administração (hoteleira) e trabalhos de conscientização no que se refere à discriminação das mulheres, incluindo o assédio sexual no trabalho, também por parte dos turistas. Contudo, apesar de apresentar aspectos específicos voltados para a atividade

turística, essas recomendações não diferem em termos gerais daquelas voltadas para a inclusão mais igualitária das mulheres no mercado de trabalho, em sentido amplo. Ao contrário, os outros dois tópicos centrais nas discussões sobre gênero e turismo, o turismo sexual e a criação de imagens sexualizadas de certos lugares turísticos, problemáticas geradas no âmbito da indústria turística, parecem requerer recomendações específicas.

De fato, até certo ponto, essas duas questões interligadas podem ser enfrentadas no âmbito da atividade turística e na articulação desta com ações governamentais. Várias medidas, que já estão em curso no Brasil, mostram aspectos positivos. O controle da produção de imagens turísticas oficiais voltadas para a difusão do Brasil no exterior é um desses aspectos. Contudo, seria importante tentar influenciar também a produção de imagens não oficiais e não só aquelas voltadas para os estrangeiros, mas também as destinadas a turistas brasileiros. Tomando como referência o turismo sexual no Brasil, ele não é protagonizado exclusivamente por estrangeiros e as pesquisas indicam que as propagandas turísticas voltadas para o turismo nacional têm recriado a sexualização de certas regiões, particularmente as mais desiguais (EMRICH, 2004). Além disto, é necessário lembrar que a sexualização não é produzida apenas a partir da reprodução de imagens visuais de corpos, ela também “age” através da linguagem com que se descrevem as belezas naturais.

No que se refere ao turismo sexual, as campanhas para combater a exploração sexual comercial de crianças e a articulação com agências (governamentais e não-governamentais) dos países emissores de turistas sexuais para difundi-las no exterior têm mostrado efeitos positivos, na medida em que “amedrontam” e inibem turistas sexuais. Essas

campanhas, que incluem o controle do acesso de crianças e adolescentes a hotéis, motéis, bares e discotecas, apoiadas pelos estabelecimentos turísticos que aderem ao Código de Ética no Turismo, deveriam ser reiteradas, ampliadas e difundidas da maneira mais vasta possível nos meios de comunicação europeus. De maneira análoga, os estabelecimentos que cumprem o Código de Ética poderiam ser “premiados”, difundindo-os mediante agências de viagens, redes vinculadas ao combate a este tipo de exploração, redes feministas e de movimentos de mulheres. Deveria também ser estimulado o turismo de estrangeiras dos países emissores de turistas sexuais para as cidades favoritas desses conterrâneos, criando condições para fazê-las sentirem-se confortáveis, “educando” os empregados dos setores turísticos para não discriminá-las ou assediá-las pelo fato de viajarem sós. A presença dessas mulheres em hotéis, bares, barracas, é um fator inibidor para certos turistas sexuais que tem sido acionado com relativo sucesso em outras partes do mundo (ENLOE, 1989).

Essas recomendações podem ser seguidas no curto prazo. Contudo, alterar a imagem sexualizada existente sobre o Brasil, particularmente, sobre certas regiões do país (e em muitos casos, das populações nativas sobre si próprias), é uma tarefa complexa, em longo prazo, que está associada oferta de sexo local. No que se refere à exploração sexual infantil, vinculada a fatores de extrema pobreza (Câmara Municipal de Fortaleza, 1999) e, ocasionalmente, a abusos e violência doméstica, ela só pode ser controlada através de programas que melhorem o nível de renda das famílias e que interfiram também nos fatores culturais que incidem em aspectos negativos no relacionamento com as crianças, incluindo empurrar as crianças para o mercado do sexo ou ignorar a participação delas no mesmo.

Esse conjunto de medidas, porém, afeta de maneira bastante indireta o turismo sexual envolvendo jovens adultas, sobretudo aquelas que, mesmo oferecendo serviços sexuais, o fazem de maneira autônoma, sem agenciadores ou intermediadores. Nestes casos, eliminar a problemática exige que os relacionamentos sexuais/econômicos com turistas sexuais deixem de ser considerados uma opção atraente para as mulheres nativas. E isto significa oferecer a elas substantivas oportunidades que promovam a mobilidade social e exige alterar, ao mesmo tempo, as dinâmicas de gênero locais e os mecanismos de discriminação racial que afetam as garotas, sobretudo as de camadas baixas. As recomendações para eliminar o turismo sexual, portanto, incluem medidas em curto prazo mas também em médio e longo prazo que, envolvendo oportunidades no mercado de trabalho, não se restringem a elas porque também é necessário interferir seriamente na educação, incluindo programas voltados, de maneira específica, para alterar imagens cristalizadas de feminilidade e masculinidade, de diferenças “raciais” e, também, de sexualidade.

Finalizo este texto sistematizando recomendações em curto, médio e longo prazos e insistindo na necessidade de esforços articulados através de diferentes setores sociais para enfrentar os problemas e tirar partido das possibilidades vinculadas ao turismo. Além de gerar empregos e receitas, ele cria riscos que põem em evidência desigualdades, permeadas por gênero, constituídas em longos processos de exclusão. Nesse sentido, tem o “mérito” de destacar pontos a serem levados em conta na construção de uma agenda de políticas públicas pois essas desigualdades não podem ser eliminadas através da atividade turística.

Estratégias	Mercado de trabalho	Produção de imagens de lugares turísticos	Turismo sexual	Atores envolvidos
curto prazo	Estudos que analisem a participação de homens e mulheres no setor turístico, explorando seus efeitos em termos de gênero .			Ministério de Ciência Tecnologia (agências fomento à pesquisa), Ministério da Educação (CNPq), IBGE, Secret. Nacional de Mulheres
		Interferir na produção de imagens sexualizadas dos lugares turísticos: voltadas para o turismo nacional e produzidas também no setor privado.		Ministério de Turismo Secretarias Estaduais Turismo Secretaria das Mulheres ONGs
			Reiteração, ampliação e difusão das campanhas contra a exploração sexual de crianças	Governo Federal Governo Estadual Governo Municipal ONGs
			Articulação com agências internacionais para difundir as campanhas nos países emissores de turistas sexuais	Governo Federal (MR) Ministério do Turismo Secretaria das Mulheres ONGs
			Estímulo ao turismo de mulheres dos países emissores de turistas sexuais para o Brasil	Ministério de Turismo Secretarias Estaduais Turismo, Secretaria de Mulheres, ONGs

Estratégias	Mercado de trabalho	Produção de imagens de lugares turísticos	Turismo sexual	Atores envolvidos
Médio e longo prazo	A partir dos resultados de pesquisa, oferecer treinamento para mulheres em áreas vinculadas à atividade turística			Ministério do Trabalho, Secretaria de Mulheres, Ministério de Educação
	Divulgar e facilitar o acesso a programas de microcrédito			Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, do Brasil
			Programas que melhorem a renda familiar para evitar a complementação de renda por meio da prostituição	Educação/Trabalho/Social, Mulheres e E Humanos
	Divulgar informação sobre empreendimentos femininos no mercado			Ministério do Trabalho, Emprego (Economia Solidária), Governos, ONGs
	Apoio ao trabalho feminino – creches			Governos locais, em
	Programas para estimular a igualdade de oportunidades no setor turístico			Secretaria de Mulheres, Ministério do Turismo
			Programas educativos para crianças, jovens e adultos, dentro e fora do âmbito escolar, voltados para interferir em noções de gênero, concepções sobre sexualidade e discriminação racial.	Ministério da Educação, Secretarias de Educação, Saúde, Direitos Humanos, Mulheres, Igualdade

Bibliografia Citada

ADIB, Amerl e GUERRIER, Yvonne (2003): The interlocking of Gender with Nationality, Race, Ethnicity and Class: the Narratives of Women in Hotel Work, *Gender, Work and Organization*, Vol. 10, nº 4, pp. 413-432.

ANDERSON, Joan e DIMON, Denise (1995): The Impact of Opening Markets on Mexican Male/Female Wage and Occupational Differentials. *The Social Science Journal*, vol. 32, nº4, pp. 309-326.

BARBOSA, Sônia Regina da Cal Seixas e BEGOSSI, Alpina (2004): Fisheries, Gender and Local Changes at Itaipu Beach, Reio de Janeiro, Brazil: na individual approach. *Multiciência*.

BOLLES, Lynda (1997): Women as a Category of Analysis in Scholarship on Tourism: Jamaican Women and Tourism Employment, in: CHAMBERS, Erve (ed) *Tourism and Culture, an Applied Perspective*. State University of New York Press.

BRAH, Avtar (1996). *Cartographies of diaspora, constesting identities*. Londres, Routledge.

BRENNAN, Denise (2004): Women Work, Men Sponge, and Everyone Gossips: Macho Men and Stigmatized/ing Women in a Sex Tourist Town, *Anthropological Quarterly*, 77,4, pp. 705-733.

CABEZAS, Amalia (2004): Between Love and Money: Sex, Tourism, and Citizenship in Cuba and the Dominican Republic, *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 2004, vol. 29, nº 4, pp. 987-1015.

CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA (1999): *Exploração Sexual e Comercial de Adolescentes em Fortaleza*, Cartilha Popular .

CARPAZOO, Ana Rosa Lehman (1994) *Turismo e identidade-construção de identidades sociais no contexto do turismo sexual entre alemães e brasileiras na cidade do Recife*. Dissertação de mestrado apresentada no mestrado em antropologia, Universidade Federal de Pernambuco, 1994.

COHEN, Erik (1982): "Thai girls and Farang men: The edge of ambiguity." *Annals of Tourism Research* 9: 403-428.

COHEN, Erik (1986): Lovelorn farangs: the correspondence between foreign men and Thai girls", *Anthropological Quarterly*, July, Vol 59, nº 3, pp. 115-127.

CORIOLOANO, Luzia Neide (1998): *Do Local ao Global. O turismo litorâneo cearense*, Campinas, Papirus.

- CRENSHAW, Kimberlé: “Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero”, in *Revista Estudos Feministas*, 1, 2002, pp. 171-188.
- CUKIER, Judie, NORRIS, Joanne e WALL, Geoffrey (1996): The involvement of Women in the Turismo Industry of Bali, Indonesia, *The Journal of Development Studies*, 33,2, pp. 248-270.
- CHANDLERS, Eve (2000): *Native Tours, The Anthropology of Travel and Tourism*. Waveland Press, Illinois.
- DAVIDSON, Julia (1996): “Sex Tourism in Cuba”, *Race and Class*, 38, 1.
- DIAS FILHO, Antonio Jona (1998): *Fulô, Ritas, Gabrielas, Gringólogas e Garotas de Programa. Falas, práticas, textos e imagens em torno de negras e mestiças, qu apontam para a construção da identidade nacional, a partir da sensualidade atribuída à mulher brasileira*. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Sociologia da Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- EMRICH, Glycia (2004): *Esculturas em Bronze, gênero e sexualidade nas propagandas turísticas voltadas para os brasileiros*. Relatório parcial de pesquisa apresentado ao CNPq, Unicamp.
- ENLOE, Cynthia (1989): *Bananas, Beaches and Bases. Making Feminist Sense of International Politics*. Berkeley, University of California Press
- FERNANDEZ, Nadine (1999): “Back to the future? Women, race and tourism in Cuba”, in KEMPADOO, Kamala, ed: *Sun, Sex and Gold, Tourism and Sex Work in the Caribbean*, Rowan and Littlefield, 1999.
- FONSECA, Claudia (2004): “A Morte de um Gigolô: Fronteiras da transgressão e sexualidade nos dias atuais”, in: *Sexualidades e saberes...*
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. SECRETARIA DE TURISMO (2002): Ceará, Terra da Luz. Indicadores Turísticos.
- GUAY, Pierre-Yves e LEFEBVRE, Sylvain (1998): Les impacts sociaux du tourisme internacional: univocité ou variabilité?, in: MICHEL, Franck (ed): *Tourismes, Touristes, Sociétés*, Paris, ed L’Harmattan.
- HEMMATI, Minu (1999): *Gender and Tourism: Women’s Employment and Participation in Tourism*. Report, United Nations Environment and Development UK Committee, in www.unedforum.org, capturado em outubro, 2005.
- KEMPADOO, Kamala (1999): “Continuities and change. Five centuries of prostitution in the Caribbean”, in KEMPADOO, Kamala, *Sun, Sex and Gold, Tourism and Sex Work in the Caribbean*, Rowan and Littlefield, 1999.

KUBITSCHKE, Marcia (1997): "The example of Brazil", in *WTO General Assembly Round Table on Tourism Promotion in Foreign Markets*, Istanbul, Turkey, 23 October.

LANDINI, Tatiana Savoia (2003): Pedófilo, quem es? A pedofilia na mídia impressa. *Cadernos de Saúde Pública*. Rio de Janeiro. 19 (sup2), pp. 273-282.

MACKLINTOCK, Anne (1995): *Imperial leather*, New York, Routledge, 1995

MILLS, Mary Beth (2003) Gender and Inequality in the Global Labor Force. *Annual Review of Anthropology*, 32: 41-62.

MULLINGS, Beverly (1999): "Globalization, tourism, and the International Sex Trade", in: KEMPADOO, Kamala, ed: *Sun, Sex and Gold, Tourism and Sex Work in the Caribbean*, Rowam and Littlefield.

OPPERMANN, Martin (1999): "Sex Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol 26, nº 2.

PETIT, Juan Miguel (2004): *Report on the sale of children, child prostitution and child pornography*, Mission to Brazil. COMMISSION ON HUMAN RIGHTS.

PRATT, Mary Louise (1992) *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. New York, Routledge.

PRITCHARD, Annette e MORGAN, Nigel J (2000): Privileging the Male Gaze, Gendered Tourism Landscapes. *Annals of Tourism Research*, Vpl 27, nº 4, pp. 884-905.

PISCITELLI, Adriana (prelo) Périplos Tropicais: a inserção de Fortaleza nas rotas mundiais do turismo sexual, in COSTA, Albertina: *Homen, homens*, São Paulo, Editora 34,

PISCITELLI, Adriana (2005): Viagens e sexo on line: a Internet na geografia do turismo sexual. *Cadernos PAGU*, 25, *Mercado do Sexo*, Campinas, Unicamp, pp. 281-327

Piscitelli, Adriana (2005b): *Exotismos em confronto? Migração de brasileiras para inserir-se na indústria do sexo na Espanha*. XXIX Encontro Anual da ANPOCS.

PISCITELLI, Adriana (2004) On Gringos and Natives, gender and sexuality in the context of international sex tourism in Fortaleza. *Vibrant, Brazilian Virtual Anthropology*, nº1;

PISCITELLI, Adriana (2004b) *Sexualidade Tropical em contextos do Primeiro Mundo*. Texto apresentado no V Encontro Fazendo Gênero, Florianópolis.

PISCITELLI, Adriana (2002) Exotismo e autenticidade: relatos de viajantes à procura de sexo. *Cadernos Pagu*, 19, Campinas, pp. 195-233;

PRITCHARD, Annette e MORGAN, Nigel (2000): Privileging the male gaze. Gendered tourism landscapes. *Annals of Tourism Research*. Vol 22, nº 4. pp. 884-905.

PRUITT, Deborah, LaFONT, Suzanne (1995): “For love and money. Romance Tourism in Jamaica”, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, nº 2, pp. 422-440

RICHTER, Linda K (2000): Exploring the political role of gender in tourism research, *Equation*.

SILVA, Ana Paula e BLANCHETTE, Thaddeus (2005): “Nossa Senhora da Help”, sexo turismo e deslocamento transnacional em Copacabana, *Cadernos PAGU*, 25, Mercado do Sexo, Campinas, Unicamp, pp. 249-281

SOARES DO BEM, Arim: *As armadilhas do turismo sexual, um esboço para a reflexão*, texto apresentado no Seminário Sexualidades e Saberes, Convenções e Fronteiras, PAGU/CLAM, Unicamp, 2003

SWAIN, Margaret Byrne (1995): Gender in Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, nº2, pp. 247-266.

SWAIN, Margaret Byrne (1989): Gender Roles in Indigenous Tourism: Kuna Mola, Kuna Yala and Cultural Survival, in: SMITH, Valene: *Hosts and Guests, The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press.

GT: Turismo, Equidade e Gênero

Perguntas orientadoras:

1. Como promover a equidade de gênero pelo turismo?

O Ministério do Turismo, para promover a *equidade de gênero* pelo turismo, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

- a) **apoio e realização de estudos sobre a participação de homens e mulheres no setor turístico e os impactos em termos de gênero;**
- b) **combate ao turismo sexual:**

Recomendações Operacionais

- combater, com determinação, a maior desigualdade entre homens e mulheres, entre ricos e pobres que é a materialização do “turismo sexual”, seja de origem doméstica ou internacional, nos seus mais diversos entendimentos: exploração infanto-juvenil, exploração de mulheres adultas, principalmente daquelas que corporificam etnicidades;
- reforçar e manter as campanhas de combate ao “turismo sexual” e à exploração sexual infanto-juvenil;
- sensibilizar empresários do setor turístico para participarem das campanhas;
- incluir, no processo de desenvolvimento dos roteiros, dados e informações sobre a discriminação da mulher;

- realizar programas educativos para crianças, jovens e adultos, dentro e fora do âmbito da escola, voltados para noções de gênero, concepções sobre sexualidade e discriminação racial;
- articular com outros Ministérios ações integradas e que possam ser incorporadas nas políticas públicas.

c) definição de uma política de produção e de uso de imagem dos lugares turísticos para fins de promoção nacional e internacional:

Recomendações Operacionais

- explicitar, no material de divulgação do Ministério do Turismo, a questão da equidade como forma de reforço à mudança cultural;
- realizar ampla campanha de sensibilização e orientação, com a participação da mídia e dos empresários do setor turístico, para retirar a imagem da mulher como atrativo nos materiais promocionais;
- promover campanhas nos países emissores para estimular a vinda de mulheres turistas ao Brasil.

- d) orientação aos profissionais que trabalham com políticas públicas, projetos e programas de desenvolvimento turístico quanto à importância da realização de uma análise contextualizada de impactos positivos e negativos da atividade turística:**

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	orientar quanto a importância de contrastar os benefícios econômicos com os possíveis efeitos negativos nas relações sociais e valores culturais, principalmente no caso de comunidades receptoras;
•	orientar sobre a importância de considerar as diversidades regionais na formulação das políticas na questão da equidade;
•	estabelecer articulação com Ministério de Educação, secretarias afins e instituições de ensino e outros.

- e) sensibilização da sociedade sobre a desigualdade de gênero:**

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	incluir a questão da desigualdade de gênero como tema transversal aos currículos desde o ensino fundamental;
•	promover campanhas para adequação dos equipamentos turísticos de forma a atender plenamente as necessidades da mulher;
•	estabelecer parcerias. Exemplo: Ministério de Educação, secretarias afins.

f) melhoria da situação da mulher no trabalho:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• incentivar e divulgar iniciativas, mecanismos e instrumentos para a prática de turismo que valorizem: a qualificação da mulher para o trabalho, a administração do desenvolvimento do turismo por grupos locais, a participação da mulher em atividades consideradas masculinas e vice-versa;• incentivar e divulgar instrumentos e iniciativas que garantam a equiparação na remuneração para cargos ou funções iguais, independente de gênero;• incentivar e divulgar mecanismos e iniciativas que apóiem o trabalho feminino (Ex: creches);• incentivar e divulgar mecanismos e iniciativas que facilitem o acesso ao microcrédito.

g) adequação dos equipamentos turísticos de forma a atender plenamente as necessidades da mulher:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• realizar este trabalho junto ao Ministério do Trabalho e secretarias afins.

Comunidades Costeiras Frente à Expansão do Turismo

Eduardo Schiavone Cardoso*

1. Introdução

O litoral é a área de contato entre a terra e o mar. Do ponto de vista da natureza é um espaço de transição, com ecossistemas únicos, sendo o ponto de chegada de toda água drenada pelos rios. Argilas, areias e material orgânico encontram nos litorais uma etapa de sua deposição, caracterizando este espaço como um elo entre o continente e o mar.

Os usos que a sociedade faz do espaço litorâneo também possuem características particulares. A pesca, a circulação de mercadorias, o *turismo*, entre outros usos presentes no litoral dá a esta porção do espaço geográfico características peculiares, construídas por sujeitos sociais que aí encontram seu lugar.

Considerando que alguns aspectos da natureza e da sociedade somente se manifestam no litoral, é possível considerá-lo como portador de uma problemática específica, sendo o *turismo* que se desenvolve no litoral também portador de suas particularidades. Refletir sobre os impactos e alternativas para as comunidades costeiras frente à expansão do *turismo* é o objetivo do presente artigo.

2. A natureza do litoral

A Zona Costeira possui uma importância muito grande para a vida no mar. As águas rasas, onde a energia solar penetra

* Professor do Depto. de Geociências – UFSM

com maior intensidade aliada à presença de ecossistemas importantes de troca entre a terra e o mar, propiciam as condições para o desenvolvimento dos níveis mais baixos das cadeias alimentares que irão povoar os oceanos. Muitas espécies de peixes, crustáceos e moluscos se reproduzem ou passam seus primeiros estágios de vida no litoral.

O fato de ser uma zona de contato traz para o litoral características específicas quanto ao relevo e aos ambientes costeiros. Falésias, praias, cordões de restinga, costões rochosos e recifes são formações presentes apenas no litoral, como também os mangues, os estuários, as lagunas, pântanos marinhos entre outros ecossistemas.

O litoral brasileiro estende-se por cerca de 7.367km lineares. Se considerarmos as reentrâncias da costa este valor alcança cerca de 8.500km (MORAES, 1999). É considerado o maior litoral inter e subtropical do mundo (AB'SABER, 2003). Segundo este mesmo autor, a combinação de elementos do relevo, da vegetação e dos demais aspectos da paisagem possibilita uma setorização do litoral brasileiro em seis compartimentos no sentido norte-sul. São eles o Litoral Equatorial Amazônico, o Litoral Nordeste Setentrional, o Litoral Nordeste Oriental, o Litoral Leste, o Litoral Sudeste e o Litoral Sul.¹

O Litoral Amazônico compreende o trecho entre os estados do Amapá e Maranhão na altura das baías de São Marcos e São José, no Golfão Maranhense. Caracteriza-se pela presença de inúmeras reentrâncias na linha da costa, originadas de uma abundante rede de drenagem que aí deságua. Os manguezais estão presentes em grande parte

¹ O detalhamento destes compartimentos pode ser encontrado em AB'SABER, 2003. Uma compartimentação anterior é apresentada por SILVEIRA, 1964.

desta porção litorânea, que comporta ainda a foz do rio Amazonas e suas inúmeras ilhas.

Estendendo-se do leste do litoral maranhense até o litoral potiguar, encontramos o Litoral Setentrional Nordestino, caracterizado pela presença de campos de dunas e terraços litorâneos que em contato com o mar dão origem às falésias. Os campos de dunas se estendem em largos trechos atingindo na área dos Lençóis Maranhenses grandes proporções.

A fachada oriental do Litoral Nordestino é marcadamente mais úmida que sua porção setentrional. Na porção litorânea do estado de Alagoas, iremos encontrar um conjunto de grandes lagunas costeiras, das quais se destacam as de Mundaú e Mangaba. O Litoral Nordestino Oriental estende-se até a foz do rio São Francisco.

O Litoral Leste estende-se da divisa entre os estados de Alagoas e Sergipe até o litoral capixaba. Neste trecho encontram-se terraços litorâneos e a linha da costa é delimitada ora por pequenas falésias, ora por extensas praias com presença de formações vegetais de restinga recobrando as faixas de areia. Nas desembocaduras dos rios tais como Jequitinhonha, Pardo, São Mateus há presença de manguezais.

O Litoral Sudeste, que se estende do sul do Espírito Santo ao norte do litoral catarinense, é caracterizado pela proximidade com as encostas dos planaltos de sudeste e sul, que recebem em alguns trechos o nome de Serra do Mar. Ora se afastando da linha costeira, ora se sobrepondo a esta, os morros costeiros dão origem a um litoral extremamente recortado com presença de baías, enseadas, costões rochosos, lagunas e inúmeras ilhas. Nas encostas rochosas do sudeste e sul encontram-se os remanescentes mais preservados e contínuos da Floresta Tropical Atlântica – a Mata Atlântica.

Da porção central do litoral catarinense até a foz do Arroio Chuí – RS estende-se o Litoral Sul brasileiro. Caracteriza-se por um litoral mais retificado com extensas praias, restingas, planícies e o maior conjunto de lagoas e lagunas costeiras do Brasil, das quais se destacam as lagoas dos Patos, Mirim e Mangueira. Recobrando as faixas litorâneas encontram-se formações vegetais pioneiras, restingas e nas áreas mais baixas brejos salinos e banhados.

O fato de estabelecermos uma compartimentação em grandes conjuntos não significa que o litoral brasileiro seja rigidamente dividido, uma vez que a passagem de um compartimento marcado pela presença da Serra do Mar para outro caracterizado por grandes planícies litorâneas se processa de forma gradual, formando uma área de transição. Do mesmo modo existem aspectos comuns a todo o litoral, mas que se concentram em um ou outro compartimento, dando suas características específicas.

Pensar o litoral brasileiro a partir de sua compartimentação físico-natural permite elencar os atrativos naturais presentes em uma ou outra porção do litoral, que irão influenciar em parte a atividade turística. Ilhas, recifes, dunas, entre outros aspectos naturais são valorizadas e apropriados para a atividade turística. Cabe aqui um primeiro questionamento que será retomado no decorrer deste trabalho: quais são os atrativos naturais das localidades costeiras? Já são conhecidos e procurados pelos turistas?

3. O litoral e a formação do território brasileiro

A colonização do território brasileiro representou um processo de penetração para o interior partindo do litoral e abordando a costa pelo mar. Tal processo teve por base territorial os principais recortes da orla marítima que

cumpriram o papel de ancoradouros naturais, tais como as desembocaduras dos rios e as baías, de onde partiam os caminhos de interiorização. Os mapas antigos retratam o maior conhecimento do litoral em relação às áreas interiores.

O povoamento inicial fixou-se em núcleos litorâneos, articulando as áreas fornecedoras de gêneros comercializáveis e o espaço ultramarinho. Com o passar dos anos o povoamento e a ampliação das atividades econômicas nas áreas interiores foram construindo o espaço brasileiro.

Grande parte das cidades brasileiras mais antigas encontra-se na faixa litorânea, que abrigou a implantação das primeiras feitorias que estabeleciam o comércio colonial. Os grupos indígenas habitantes da franja litorânea brasileira foram os primeiros a ter contato com os colonizadores e grande parte destes grupos desapareceu frente ao processo de conquista do território colonial ou teve seus espaços de vida tomados.

A presença de franceses no Rio de Janeiro e no Maranhão, holandeses em Pernambuco, atesta os interesses das potências européias pelos territórios e recursos da colônia portuguesa na América e forjou alianças com grupos indígenas contrários aos portugueses.

No sul do país a colonização açoriana promovida por Portugal para povoar seu território colonial, ainda hoje é marcante, em especial no litoral catarinense e gaúcho, onde descendentes açorianos vivem nas cidades e vilas costeiras e ainda guardam traços culturais de suas origens.

Cabe ainda destacar a presença de atividades econômicas ao longo do litoral brasileiro no período colonial, realizadas de modo complementar às atividades mais dinâmicas voltadas ao comércio ultramarinho. Dentre elas a atividade pesqueira, a caça de baleias, a construção de embarcações

e mesmo uma agricultura em pequena escala, foram atividades que se desenvolveram integrando elementos e tecnologias indígenas, européias e africanas ao longo da história do Brasil, revelando sua presença antiga nas paisagens litorâneas.

Nesse processo podemos encontrar a origem de inúmeras comunidades litorâneas atuais. Em áreas mais dinâmicas tais comunidades se integraram aos processos de urbanização e industrialização do espaço brasileiro, ao passo que algumas áreas, dinâmicas em outros períodos da história brasileira, adentram o século XX relativamente isoladas dos processos de urbanização e industrialização atuais. É em algumas destas áreas que o turismo ao expandir-se promove alterações bastante fortes.

Uma discussão pode ser travada a respeito do isolamento das comunidades costeiras. Segundo Breton e Estrada (1989) as comunidades costeiras mantiveram contatos com os processos de expansão econômica, antes mesmo que comunidades mais interiores. O fato de hoje algumas áreas costeiras estarem relativamente distantes de centros econômicos mais dinâmicos não significa que estejam isoladas de processos como a especulação imobiliária, o mercado de terras e mesmo processos de difusão de informações e influências culturais.

Frente às questões levantadas nessa seção podemos pensar naquelas que se voltam para a atividade turística. Quais são as características históricas e culturais das comunidades litorâneas? Podem ser trabalhadas como atrativos turísticos? Quando o turismo passou a ser uma atividade presente na comunidade?

4. A zona costeira

Apesar de bastante extenso, o espaço litorâneo é uma faixa de largura variável que delimita porções muito mais amplas de terra ao interior e porções ultramarinhas.

O Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro, estabelecido com a finalidade de ordenar a ocupação do litoral brasileiro define, em sua segunda versão (1997), o conceito de Zona Costeira a partir dos critérios político-administrativos dos Municípios, onde se encontram: a) os Municípios defronte ao mar, b) os Municípios que compõem as regiões metropolitanas litorâneas, c) os Municípios contíguos às grandes cidades e capitais estaduais litorâneas, d) os Municípios próximos ao litoral que aloquem atividades e infra-estruturas de grande impacto sobre a Zona Costeira, e) os Municípios estuarinos-lagunares que não estejam defronte ao mar e f) os Municípios que tenham todos os seus limites estabelecidos com os descritos anteriormente. (Moraes, 1999)

Segundo o mesmo plano, o limite externo da Zona Costeira é dado pelas 12 milhas marítimas estabelecidas a partir do litoral.

Estabelece-se, assim, uma faixa litorânea que se inicia em terra, a partir de limites municipais e se finda mar adentro. Diversos usos do espaço são específicos desta faixa. As estruturas portuárias se fixam no litoral e representam elos fundamentais na circulação de mercadorias. A extração do petróleo brasileiro concentra-se em águas profundas e tem no litoral toda uma estrutura de armazenamento e transporte. Algumas áreas metropolitanas brasileiras são litorâneas. A pesca é realizada de norte a sul do litoral brasileiro em diferentes modalidades. O turismo litorâneo é uma atividade em franca expansão.

Como tentativa para o ordenamento do uso do espaço na Zona Costeira, uma série de instrumentos normativos é

estabelecida, desde os mais amplos, como a Constituição Brasileira que estabelece a Zona Costeira como patrimônio nacional, cujo uso *“far-se-á na forma da lei, dentro de condições que assegurem a preservação do meio ambiente”*, até legislações municipais que normatizam padrões de edificação, arruamentos, acesso às praias, zoneamentos, entre outros aspectos.

Dentro deste conjunto de normatizações, podem ser encontradas aquelas relativas ao desenvolvimento turístico, que podem assumir características de salvaguarda de bens naturais e culturais, como o estabelecimento de áreas protegidas, tombamento de bens e processos, destinação de áreas para fins turísticos e de lazer. Podem ainda se caracterizar como projetos e planos de desenvolvimento da atividade turística, desenvolvidos em níveis federal, estaduais e municipais.

Nesse quadro, as comunidades devem ter o conhecimento das leis e dos projetos que contemplam a atividade turística na sua localidade, bem como as restrições legais de uso do espaço litorâneo.

5. Turismo e comunidades costeiras

5.1 As comunidades costeiras e suas terras

O turismo que se desenvolve no litoral pode ser entendido partindo de algumas considerações já levantadas. É uma atividade que tem como atrativos a faixa litorânea e sua especificidade, em especial a presença do mar e do sol, além de uma série de atividades que podem ser realizadas nos litorais.

O uso balneário dos litorais é uma construção social relativamente recente e o desenvolvimento do turismo relaciona-se com a disponibilidade de tempo livre por parte

de camadas sociais urbanas. A atração por esta faixa, relativamente exígua, apesar da extensão do litoral brasileiro, promove uma pressão para ocupação da Zona Costeira e conseqüentemente um processo de valorização das terras litorâneas. Pode-se mesmo afirmar, corroborando Moraes (1999) que já está implantado um mercado de terras em praticamente todo o litoral brasileiro, com ações de reivindicação de propriedade.

Este é um primeiro desafio para as comunidades costeiras. Localizadas mais ou menos próximas de áreas urbanas dinâmicas, as comunidades costeiras observam suas terras serem objeto de especulação fundiária. Mesmo em áreas onde as infra-estruturas para viabilizar os planos de expansão urbana ou turística ainda não estão implantadas, o mercado imobiliário já atua, ocasionando mudanças na propriedade fundiária. Comunidades que possuem títulos regulares de propriedade enfrentam esta questão de certa forma mais bem resguardadas, frente àquelas que possuem situação fundiária precária.

Alguns exemplos podem ilustrar melhor este processo. No município de Paraty-RJ a comunidade da praia de Trindade passou por um longo processo de luta para permanecer nas suas terras, em conflito com uma empresa multinacional. Após um acordo, parte das terras foi garantida para os trindadeiros. Estes, que já recebiam turistas em seus quintais e casas, passaram a construir pequenas pousadas, bares e restaurantes, explorando a atividade turística. Outros venderam suas terras para pessoas de fora da comunidade. Em alguns outros lugares as comunidades costeiras perdem completamente suas terras, que dão lugar a loteamentos de segunda residência². Nesse caso, membros destas comunidades trabalham como caseiros,

² Os loteamentos de segunda residência são uma modalidade de turismo específica, que merece uma discussão mais detalhada fugindo ao objetivo desta seção.

domésticas, marinheiros, para proprietários que se estabelecem nas áreas que antes pertenciam a eles próprios.

Nos dois casos temos o estabelecimento de atividades turísticas no litoral com participação das comunidades costeiras. A meu ver o que difere é a qualidade da participação, no primeiro caso como donos de seus próprios negócios, no segundo como assalariados de terceiros. O próprio espaço também se transforma de maneira diferente em ambos os casos e as possibilidades de gestão do espaço, por parte das comunidades, visando à sua inclusão no processo turístico, são diferenciadas.

Entre um e outro caso podemos ter várias situações intermediárias, porém a questão que se coloca como possibilidade das comunidades se integrarem na atividade turística possui uma relação estreita com a permanência das comunidades em suas terras. Como proprietários do negócio turístico, como prestadores de serviços para os turistas, como funcionários de estabelecimentos turísticos, como loteadores de suas terras, são várias as possibilidades de integração à atividade turística relacionadas à questão fundiária.

5.2 As comunidades costeiras e a organização espacial da atividade turística

Como toda atividade humana, o turismo se desenvolve sobre uma base espacial, transformando ou adaptando-se às áreas onde se implanta. Segundo RODRIGUES (1992), o espaço turístico é constituído por áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). O conceito de cadeias produtivas, buscando apreender todas as etapas de uma atividade econômica, tais como fornecimento de insumos, processo produtivo, distribuição e consumo, também se presta para a análise da atividade turística, refletindo a articulação entre diversos agentes e localidades que participam

da economia do turismo. A idéia de *cluster* como um conjunto de agentes produtivos relativamente próximos e que atuam de forma complementar visando a uma maior competitividade da atividade que desenvolvem (PENÃ, 2003), ou a idéia de “economias de aglomeração”, onde várias atividades beneficiam-se mutuamente ao utilizarem as mesmas formas espaciais (CORRÊA, 1986), são aportes que permitem refletir sobre as possibilidades de inclusão das comunidades costeiras no processo turístico.

As áreas das comunidades costeiras podem ser consideradas, via de regra, como áreas de atração do turismo. Em alguns casos como os povoados de acesso precário, ou atrativos turísticos de difícil acesso dentro da localidade, as próprias pessoas da comunidade são responsáveis por parte do deslocamento dos turistas. Temos aí duas funções que devem ser oferecidas aos turistas: recebê-los e transportá-los. Funções que requerem estruturas espaciais e materiais para serem cumpridas: bares, restaurantes, pousadas, atracadouros, caminhos, entre outras.

Ao pensarmos na cadeia produtiva do turismo, alguns elos se realizam nas localidades dispersoras, como o agendamento de viagens, a divulgação, a publicidade. Outros são atributos das áreas receptoras: hospedagem, alimentação, passeios, que podem ser pensados como cadeias produtivas locais, que se interpenetram nestas cadeias mais amplas. Como exemplo, o peixe que o restaurante vende para o turista, pode ser a etapa final da cadeia produtiva da pesca naquela comunidade. Novamente aí teremos estruturas espaciais que são necessárias para o desenvolvimento da atividade.

A idéia da cooperação entre distintos agentes produtivos³, expressa no conceito de *cluster* ou no de “economias de

³Trata-se aqui de uma cooperação para adquirir vantagens competitivas. São uma cooperação e concorrência conjuntas.

aglomeração”, também envolve estruturas espaciais relativamente próximas: é a pousada onde o turista dorme, o bar na praia, a propriedade que possui uma queda d’água, o barco para o mergulho, o bar para a diversão noturna, o clube para a festa e de novo a pousada.

Trata-se então da necessidade de que as comunidades costeiras atuem no entendimento da sua organização espacial e na forma como ela favorece ou não a atividade turística. Que estruturas estão adequadas? Quais devem ser melhoradas? Que estratégias de cooperação podem ser travadas entre os distintos agentes da comunidade ligados à atividade turística? Pensar na organização espacial da comunidade e em seu planejamento, pode significar um processo de inclusão na atividade turística mitigador de impactos. Pode também revelar que algumas estratégias mais simples superam investimentos mais vultosos na busca de uma maior equidade para o desenvolvimento do turismo nas zonas costeiras.

5.3 As comunidades costeiras como sujeitos do processo turístico

Até aqui venho empregando indiscriminadamente o termo comunidades. Certamente é um termo que pode ter muitas definições e trata-se de uma discussão que aponta para conceitos da sociologia, antropologia e outros ramos do saber. Limitar-me-ei a apontar algumas das características que considero importantes para a discussão em pauta.

Trata de um conjunto de pessoas que habitam uma certa localidade e que possuem laços de parentesco, amizade, laços hierárquicos, de subordinação, vínculos profissionais, enfim, um conjunto de relações que fazem parte da vida e do tecido social. Existem comunidades mais ou menos coesas, existem comunidades que se caracterizam e se

diferem por traços étnicos ou culturais específicos⁴. Algumas comunidades são bastante antigas, resguardando um acervo de tecnologias e manifestações culturais próprios⁵.

Algumas comunidades, ao longo de sua história se especializaram em uma ou outra atividade econômica, algumas sofreram a influência de vários ciclos econômicos em distintos períodos. Grande parte delas comporta uma diversidade de atividades que podem ser incorporadas ao turismo.

No caso das comunidades costeiras, o turismo é uma realidade em praticamente todo o país. As comunidades se diferem em relação ao nível de urbanização, proximidade com áreas dispersoras, maior ou menor inserção no mercado de terras e no processo de expansão turística.

Com relação aos processos externos, como o avanço turístico sobre seus locais de vida, as comunidades se comportam de maneira diferenciada, algumas aumentam sua coesão, outras se fragmentam. Nesse sentido não existe uma regra geral, advindo daí a importância da temática do presente Seminário: como promover a inclusão das comunidades no processo de desenvolvimento turístico?

O compositor Tom Zé possui uma canção intitulada a “A PIB do PIB”, onde comenta a prostituição infantil barata como atrativo para o turismo. Certamente não é esta a inclusão desejada.

⁴ As manifestações culturais das distintas comunidades são um dos fatores de incremento turístico. O outro como o “exótico” por vezes faz parte das estratégias da indústria do turismo. (SEABRA, 1995).

⁵ Na discussão das questões ambientais utiliza-se o termo comunidades tradicionais para os grupos sociais que guardam formas particulares e ancestrais de lidar com a natureza

O fato de as comunidades costeiras incluírem-se na atividade turística, como sujeitos dessa atividade relaciona-se com acordos internos à própria comunidade e entre ela e os demais agentes do processo turístico, tais como o Poder Público, os investidores e os turistas. Cabe aqui elencar no nível das comunidades quais são os agentes, os grupos, os atores da própria comunidade e quais suas possibilidades de acordo, de cooperação, de interlocução.

Não se espera que no litoral tenhamos uma comunidade isenta de diferenças, uma comunidade de iguais, mais sim uma comunidade que atente para a necessidade de pensar nos seus espaços de vida, moradia e trabalho, incorporando mais esta dimensão econômica.

6. Proposições e considerações finais

Ao longo do presente texto foram apontadas algumas questões relativas à Zona Costeira e às comunidades costeiras enquanto sujeitos do processo de expansão do turismo, que podem ser sistematizadas sob a forma de propostas que se seguem. Juntas, tais propostas podem ser encaradas como um plano para a inclusão da comunidade no processo de desenvolvimento turístico de suas localidades e as estratégias que podem ser postas em prática para realizá-lo, ressaltando que conforme cada caso podem ser definidas propostas mais ou menos prioritárias.

Atrativos naturais presentes na comunidade

O conhecimento dos atrativos naturais da área onde se insere a comunidade é um passo importante para se desenvolver o turismo. Trata-se de um inventário como uma etapa para o estabelecimento de um planejamento turístico. O que, em termos de atrativos naturais, a comunidade oferece? Mangues

para visitar, praias, recifes para mergulho, caminhadas na mata ou nas serras costeiras, ilhas, entre outras possibilidades.

Divulgar tais atrativos, promover o uso adequado destes, organizar as visitas, estabelecer serviços de guias, são funções que os membros das comunidades podem exercer, em uma perspectiva de geração de renda na localidade.

Atrativos históricos e culturais

Consiste em um outro passo do inventário turístico. Os bens históricos e culturais são de conhecimento do turista? Estão preservados? Novamente a divulgação e a organização de visitas para bens históricos podem ser feitas pelos membros da comunidade.

Bens e processos culturais como a confecção de peças de artesanato, as festividades, a culinária, as manifestações artísticas, também podem se tornar atrativos turísticos, cabendo a necessidade de divulgá-los. É certo que em alguns lugares existem atrações culturais voltadas exclusivamente para o turismo, porém algumas comunidades costeiras podem divulgar suas manifestações culturais de modo a promover o conhecimento e valorização de suas particularidades.

Legislação e projetos para as áreas costeiras

O conhecimento dos aspectos jurídicos que envolvem os espaços de vida das comunidades, bem como dos projetos atuais e futuros direcionados para tais espaços, é condição essencial para que as comunidades costeiras possam planejar e se preparar para a inserção nas atividades do turismo. A área da comunidade é uma reserva ambiental? Existem restrições de uso? Projetos urbanos, portuários, industriais estão previstos para se instalar nestas localidades ou no

entorno? Enfim, o conhecimento das condições legais de uso dos espaços e das tendências futuras é necessário para que as comunidades costeiras tenham elementos para a tomada de decisões.

A questão fundiária

Esse aspecto se relaciona ao anterior na medida que a questão fundiária pode ser um indicador de tendências. Isto quando já não está implantado um novo quadro fundiário das comunidades em função da expansão turística ou dos loteamentos de segunda residência.

No segundo caso há necessidade de avaliar como a comunidade costeira se transformou e que alternativa possui para se inserir no processo turístico conforme colocado anteriormente: prestando serviços? Proprietários? Loteadores? Outras possibilidades?

Certamente a pressão por terras no litoral é muito grande. Aos que permaneceram com suas terras, o uso para o turismo com pousadas, *campings*, restaurantes, é uma possibilidade, se não presente, para um futuro próximo.

Organização espacial da comunidade e o turismo

Trata-se aqui de um entendimento da comunidade a partir de sua organização espacial e as possibilidades que ela apresenta para o desenvolvimento do turismo. Onde estão os atrativos naturais, históricos e culturais? Que áreas podem ser mais utilizadas para o turismo? Que áreas devem ser resguardadas para outros usos como a pesca, a retirada de madeiras, a proteção das nascentes de água?

A proposta aqui é a de mapear a comunidade estabelecendo uma espécie de zoneamento das áreas e planejando seu uso, de modo a não conflitar o desenvolvimento das atividades

turísticas com as demais atividades da comunidade. Serve ainda para identificar as necessidades de estruturas para o atendimento ao turismo na comunidade, tais como atracadouros, saneamento básico, caminhos, entre outras.

A comunidade como sujeito do processo turístico

Finalmente, para a elaboração deste pequeno plano local do turismo nas comunidades costeiras, é necessário definir quem são os sujeitos deste processo no nível da comunidade. Estão dispostos a trabalhar com o turismo? Que associações existem? Quem desenvolve tal ou qual atividade? Quais são os grupos culturais e comunitários? Os artesãos que vendem sua produção? Os pescadores que fornecem o pescado para os restaurantes? Enfim, qual o papel dos membros da comunidade na atividade turística e quais são as formas de cooperação que podem ser desenvolvidas entre tais agentes.

Com a perspectiva de um projeto que parta da comunidade, espera-se que esta busque garantir uma maior inserção de seus membros nos benefícios que um turismo com maior participação local pode gerar.

Bibliografia

- AB'SABER, Aziz Nacib. Litoral do Brasil. São Paulo, Metalivros, 2003.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, Senado Federal, 1988.
- BRETON, Yvan ; ESTRADA, Eduardo Lopes. Ciências Sociales y Desarrollo de las Pesquerías: Modelos y Metodos Aplicados al Caso de Mexico. México-DF, Instituto Nacional de Antropología y História, 1989.
- BOULLÓN, Roberto. Planeamiento del Turismo a Nivel Local. In 1º Encontro Nacional de Turismo com Base Local – Caderno de Resumos. São Paulo, DG-USP, 1997.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Região e Organização Espacial. São Paulo, Ed. Ática, 1986.

DIEGUES, Antonio Carlos. Conservação e Desenvolvimento Sustentado de Ecossistemas Litorâneos no Brasil. São Paulo, PPCAUB/IO-USP/F. Ford, 1987.

MORAES, Antonio Carlos Robert. Contribuições para a Gestão da Zona Costeira do Brasil. São Paulo, Edusp/Hucitec, 1999.

PEÑA, Carlos Alberto. El Cluster en el Planeamiento Turístico. In X Encontro de Geógrafos da América Latina – Resumos. São Paulo, DG-USP, 2005.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Geografia e Turismo – notas introdutórias. In Revista do Departamento de Geografia. São Paulo, DG-USP, n.6, 1992.

SEABRA, Odete Carvalho de Lima. Criando e Valorizando o Exótico. In Sol e Território: Congresso Internacional de Geografia e Planejamento do Turismo – Resumos. São Paulo, DG-USP, 1995.

SILVEIRA, João Dias. Morfologia do Litoral. In Brasil: A Terra e O Homem. São Paulo, Cia Editora Nacional, v. 1, 1964.

Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas

Sergio Schneider*

Turismo em comunidades rurais: algumas definições

Existem, por certo, muitas definições possíveis para o que se entende por turismo rural, a começar pela discussão mais geral sobre o turismo em áreas rurais. Não se trata, obviamente, de pretender eliminar ou encobrir as divergências e controvérsias acumuladas na seara das definições conceituais e normativas. O fato é que já existe uma bibliografia considerável sobre este assunto e neste, breve, texto não se adentrará neste debate.

A partir da leitura de alguns trabalhos¹, muitos deles recentes, parece ser possível acatar a definição de que quando se fala em turismo rural se está referindo ao conjunto de modalidades e empreendimentos que tem lugar no espaço rural tais como o agroturismo, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo esportivo, o turismo ecológico, os hotéis-fazenda etc. Portanto, é pensando nestas formas de

*Sociólogo, Mestre e Doutor em Sociologia. Professor do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural e do Departamento de Sociologia da UFRGS. Pesquisador do CNPq.

¹ Os trabalhos consultados são MATTEI (2004), Diretrizes (s/d); RODRIGUES (2000), GRAZIANO, VILARINHO e DALE (1998), ICEPA (2002 e 2003); ALMEIDA e RIEDL (2000), entre outros, todos citados na bibliografia.

organização econômica e produtivas que prestam serviços e/ou atividades de acolhimento, transporte, hospedagem, alimentação, lazer, recreação e entretenimento e outros que se estará referindo ao mencionar o turismo praticado em áreas rurais. Por conta desta definição abrangente de turismo rural, vale salientar a que a unidade de referência ou análise das atividades incluídas nesta definição passa a ser o próprio espaço rural, que não se restringe aos estabelecimentos agropecuários e nem aos empreendimentos comercial (hotéis, pousadas, restaurantes etc.) que oferecem serviços, hospedagem, alimentação etc.

Esta definição genérica de turismo em áreas rurais abrange tanto as atividades que têm lugar no espaço rural, assim como aquelas que transcorrem no interior de um estabelecimento agropecuário ou outro empreendimento turístico. É claro que os operadores de políticas e empreendedores de turismo rural demandam maior precisão e tipificação das atividades, o que pode ser facilmente localizado nas bibliografias e estudos afetos a esta área².

Mesmo definindo o escopo das ações e iniciativas a que se faz referência ao tratar do turismo, resta a preocupação com o adjetivo de lugar referido como rural. Afinal, como definir o que se entende por rural? Definir o rural pode ser simples se adotada a definição oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que define o rural como toda área ou espaço físico que estiver localizado fora do perímetro urbano, cuja definição é dada a partir da respectiva legislação municipal onde estiver situada. Contudo,

² Para informações e esclarecimentos adicionais sobre este tema, sugere-se consultar a página sobre a Rede TRAF (Turismo rural e agricultura familiar), do MDA (www.pronaf.gov.br/turismorural) onde se encontram as Diretrizes do turismo rural no Brasil e outros documentos.

discussões recentes entre sociólogos, economistas e geógrafos têm mostrado divergências substantivas em relação ao que seja o rural tomando como referência outras definições que não a normativa do IBGE. Vários estudiosos propõem redefinições do rural apoiadas desde critérios demográficos e ecológicos, como a densidade populacional e o grau de pressão antrópica, até as que preconizam a atribuição de rural a partir do sentido simbólico e cultural subjetivo baseado na identidade socialmente construída, e outros que associam o rural ao local onde transcorre o cotidiano e a vivência dos indivíduos.

Seja como for, para os requisitos deste documento, a definição do turismo em áreas rurais não se aterá nem aos critérios restritivos do IBGE e tão pouco adentrará na polêmica sobre o caráter e o conteúdo da ruralidade contemporânea. O que interessa aqui, precipuamente, é discutir as relações entre as atividades de turismo e a dinâmica das comunidades rurais, particularmente daquelas que se caracterizam pela presença majoritária de pequenos proprietários de terra (ou outra forma jurídica como posseiros, parceiros, arrendatários etc.), em geral denominados agricultores familiares, muito embora, conforme a região do país, recebam outras denominações tais como “colonos”, “moradores”, “ribeirinhos”, “pequenos produtores rurais”, “sitiantes” etc.

Embora o termo comunidade rural seja carregado de um sentido sociológico ligado às perspectivas dicotômicas e funcionalistas (representadas, em sua primeira tradição, pelo sociólogo alemão Ferdinand Tönnies e, na segunda, pelo antropólogo norte-americano Robert Redfield), neste trabalho o termo comunidade é entendido em seu sentido mais prático e empírico, referindo-se a grupos sociais de baixa densidade e distribuídos de modo disperso no espaço,

em geral formando pequenos povoados ou aglomerações humanas, política e administrativamente organizados na forma de distritos ou pequenos Municípios.

Assim definido o quadro das referências a serem utilizadas, resta dizer que o propósito deste documento é discutir algumas repercussões e efeitos que os empreendimentos turísticos (nas diferentes modalidades antes referidas) podem gerar nas áreas onde se encontram populações que vivem da agricultura e de outros tipos de atividades e se organizam socialmente em pequenas localidades que se denominará comunidades rurais.

Turismo e ruralidade: a globalização, a reestruturação da agricultura e a revalorização do espaço rural através das atividades não-agrícolas

Antes mesmo de analisar e discutir as possíveis repercussões do turismo em áreas rurais, notadamente seus efeitos sobre as comunidades rurais, é preciso apresentar uma rápida e genérica contextualização dos fatores que estão impulsionando este processo de expansão desta atividade nestes espaços. Ou seja, o que está estimulando o crescimento do turismo nas áreas rurais?

Inicialmente, vale notar que o turismo pode ser compreendido como uma das novas atividades que vêm se expandindo e ampliando no espaço rural. Nos países desenvolvidos, sobretudo na França, Inglaterra e Portugal, como já realçado por CAVACCO (1999), ROQUE (2001) e MATTEI (2004), o turismo se faz presente na paisagem rural há muito tempo. Em outros países, como o Brasil, o aumento expressivo do turismo em áreas rurais nas décadas recentes parece estar relacionado às transformações mais gerais da sociedade e da economia.

De um modo geral, nas últimas três décadas assiste-se a um processo de reestruturação social e econômico que vem afetando o espaço rural como um todo e a agricultura em particular. A expansão do turismo nas áreas rurais pode ser compreendida, de um lado, como uma resposta à reestruturação da economia sob os efeitos da globalização, sendo o aparecimento das atividades não-agrícolas uma destas dimensões. Por outro lado, contudo, há que se lembrar das mudanças sociais relacionadas à redução das jornadas de trabalho promovidas pelos incrementos tecnológicos crescentes e o aumento do tempo livre dos indivíduos, assim como elevação da expectativa de vida das pessoas e das alterações nos padrões de consumo, que se voltam crescentemente às amenidades e aos bens não tangíveis.

O processo de globalização, que pode ser caracterizado pela excepcional capacidade com que o capitalismo atual promove ajustes nas condições de tempo e espaço no processo global de produção de mercadorias, possui variadas facetas. Na agricultura e no mundo rural, os efeitos da globalização manifestam-se através de inéditas formas de reestruturação econômica, produtiva e institucional, que podem ser percebidas através de múltiplas dimensões. Primeiro, abrem-se os mercados, aceleram-se as trocas comerciais e intensifica-se a competitividade, agora tendo por base poderosas cadeias agroalimentares que monopolizam a produção e o comércio atacadista em escala global, restringindo a participação nestas relações de troca de imensas regiões produtoras, o que vale inclusive para alguns países e mesmo parcelas continentais. Segundo, ocorrem modificações nos processos de produção que passam a se caracterizar pela maior flexibilidade e descentralização, levando à diluição das diferenças setoriais e espaciais. Setoriais porque a agricultura, a indústria e o

comércio passam a formar o *agribusiness*, visto como uma cadeia que integra partes de cada setor. Espaciais porque o rural deixa de ser o *locus* específico das atividades agrícolas revelando-se crescentemente como um espaço de residência, de lazer e de atividades não-agrícolas. Terceiro, modifica-se o papel do Estado, do poder público em geral e das instituições que atuam nos espaços rurais. As novas formas de regulação política fazem maior apelo às parcerias, à descentralização e à valorização da participação dos atores sociais. Quarto, a dimensão ambiental e as práticas de uso sustentável dos recursos naturais deixam de ser vistas como secundárias e marginais. A questão ambiental passa a ser um fator de competitividade, um elemento de estímulo à ampliação do consumo, uma vantagem comparativa e um pré-requisito para obtenção de créditos e acesso a fundos de investimento, especialmente os de fontes públicas.

No que se refere às mudanças sociais relacionadas ao emprego e aos aspectos demográficos, os efeitos sobre o meio rural podem ser percebidos tanto em termos culturais e simbólicos como econômicos. Um interessante estudo de HERVIEU e VIARD (1996), realizado na França, baseado em entrevistas com habitantes do rural e do urbano mostrou que enquanto o campo é associado às representações de tranquilidade, tradição, conservadorismo, solidariedade, liberdade, beleza e saúde; a cidade é associada à idéia de progresso, trabalho, medo e solidão. Talvez, por isso, seja fácil entender porque a enquete mostrou que 63% dos urbanos gostariam de viver no campo, ao passo que apenas 18% dos habitantes rurais trocariam a moradia pela cidade. Por conta disso, os autores preconizaram que está em andamento um processo de *revalorização do rural* que passa tanto pelo resgate de símbolos, imagens, valores e tradições como pela busca da qualidade de vida e o contato com a paisagem e o meio ambiente. Ainda que o Brasil seja

diferente da França, e que não tenhamos os dados para fazer afirmações categóricas, parece possível estipular que estas transformações socioculturais oferecem ingredientes muito favoráveis ao desenvolvimento do turismo em áreas rurais. A procura pelas amenidades rurais, a valorização das paisagens e do espaço, o interesse crescente na preservação ambiental e o consumo de alimentos limpos (sem agrotóxicos)³, vão formando um novo tipo de demanda e consumidores (BESSIÉRE, 1998).

Entre os vários efeitos gerados por este conjunto de transformações sociais, econômicas e culturais, para os propósitos deste texto, serão analisados em maior detalhe aqueles que afetam o emprego, a produção e as rendas. No caso do meio rural, é notório que as mudanças gerais em curso reduzem cada vez mais a quantidade de famílias que estão produzindo e trabalhando nas atividades agrícolas, embora o volume da produção agrícola produzida seja cada vez maior. Por isso, torna-se recorrente entre os agricultores, os estudiosos e os agentes que operam no meio rural a percepção de que é preciso substituir o modelo de desenvolvimento agrícola, baseado exclusivamente no crescimento da produtividade dos fatores, por algo diferente (não necessariamente um outro modelo a ser imitado) que seja baseado nos pressupostos da ética, da sustentabilidade ambiental, da equidade social e da viabilidade econômica.

³ Poder-se-ia acrescentar também aspectos demográficos como o aumento da expectativa de vida e o crescimento do número de pessoas aposentadas que, de um modo ou outro, ainda possuem alguma ligação com o rural e o turismo é uma forma de retomar o contato. Outras referências sobre estas mudanças podem ser encontradas no recente livro de MARSDEN (2003), que caracterizou este processo de revalorização do rural pelo termo “padrão pós-productivista”.

Por conta disso, a valorização e o estímulo às formas de ocupação, emprego e geração de renda que promovem as atividades não-agrícolas no meio rural ganham destaque. O turismo rural, assim como as várias formas de prestação de serviços, agregação de valor aos produtos agrícolas, valorização de atributos locais e ambientais são exemplos destas novas formas de empreendedorismo rural.

Nos países desenvolvidos, este tipo de iniciativas já é estimulado e faz parte do portfólio de ações dos governos e das políticas públicas. Em consequência, surgem duas alterações sociológicas de mais alta relevância. Primeiro, os agricultores, suas famílias e os demais moradores do meio rural passam a ter como característica principal a *pluriatividade*, que implica que as famílias e os indivíduos passem a combinar ocupações em atividades agrícolas com outras não-agrícolas, dentro e fora da propriedade. De uma maneira geral, pode-se dizer que as famílias que residem nos espaços rurais tornam-se sociologicamente muito parecidas com as famílias urbanas, pois já não dependem exclusivamente de uma única atividade e fonte de renda (a agricultura) para se inserir na divisão do trabalho. Em consequência, sua reprodução social torna-se cada vez mais tributária da capacidade de diversificação das formas de produção e trabalho. A segunda alteração significativa ocorre em nível do espaço social em que transcorre a vida e a sociabilidade destes indivíduos. A localidade ou a comunidade onde vivem e trabalham as pessoas já não pode mais ser identificada com a atividade econômica que era predominante, no caso a agricultura. Em função do processo de diferenciação social patrocinado pela diversificação das economias locais, a atividade agrícola passa a conviver com outros setores de atividades como o comércio, os serviços e a indústria da transformação e, com isso, altera-se a

tradicional concepção de que o espaço rural se resume à agricultura.

Nestes termos, o espaço rural passa a ter outras funções, que não apenas aquelas relacionadas à agricultura e à produção de alimentos, fibras e matérias-primas, que obviamente continuam a ter importância decisiva, mas não mais exclusiva. Destas mudanças emerge uma nova concepção da ruralidade, que passa a ser um espaço em que o homem e o ambiente se integram através de múltiplos usos que são de caráter produtivo, social, lúdico, ambiental etc.

No Brasil, essa discussão é muito recente e pode-se dizer que ainda é pouco difundida e reconhecida, sobretudo nos meios políticos (organizações e instituições) da sociedade civil. Mas, no terreno acadêmico, já há estudos e debates bem encaminhados quanto às possibilidades de geração de emprego e renda a partir das atividades não-agrícolas que se expandem nos espaços rurais.

Os trabalhos do Projeto Rurbano⁴, baseados em informações sobre os domicílios extraídos das PNADs (que é a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios, do IBGE), oferecem bons indicadores sobre estas mudanças. Segundo os pesquisadores que integram este grupo de pesquisas, no período de 1981 a 1999 a população rural brasileira de mais de dez anos de idade parou de diminuir e iniciou-se uma lenta reversão no padrão demográfico, sendo que período 1992-1999 registrou-se inclusive um pequeno aumento de 0,9%a.a.

⁴ O Projeto Rurbano é uma pesquisa de um grupo de estudiosos brasileiros, iniciadas em 1997 sob a coordenação do Professor José Graziano da Silva, da UNICAMP, sobre o tema das atividades não-agrícolas e da ruralidade brasileira. Maiores informações estão disponíveis no *site* www.eco.unicamp.br/pesquisas

Tabela 1. Brasil. População total, urbana e rural, com dez anos ou mais, ocupada e não-ocupada, segundo o local de domicílio e o setor de atividade, 1981-1999 (1.000 pessoas)

População	1981	1992	1999	Tx. Crescimento (% a.a.)	
				1981/92 ^a	1992/99 ^b
Total + de 10 anos	88.902,9	113.294,9	130.096,7	2,2***	2,0***
Urbana + de 10 anos	64.669,1	89.510,7	104.693,5	3,0***	2,3***
Rural + de 10 anos	24.233,8	23.784,5	25.402,2	-0,2*	0,9***
PEA Rural Ocupada	13.795,7	14.689,2	14.850,5	0,6***	-0,2
PEA Rural Agrícola	10.735,9	11.192,5	10.230,5	0,4***	-1,7***
ocupada Não-agrícola	3.060,8	3.496,7	4.620,0	1,2***	3,7***
PEA Rural Desempregados	139,4	312,0	594,6	7,6***	10,8***
não- Aposentados	1.240,0	1.517,1	2.235,8	1,9***	5,7***
ocupada Outros	9.057,8	7.266,1	7.721,3	-2,0***	1,4***

Fonte: GRAZIANO DA SILVA, J. DEL GROSSI, M. E. e CAMPANHOLA, C. (2005)

Os estudos mostraram que a explicação para o fenômeno da estabilização da PEA rural não estava relacionada à diminuição ou retração do modelo agrícola produtivista, que pudesse ter alterado a relação mais tecnologia menos mão-de-obra. Ao contrário, a população que mora no meio rural e trabalha em atividades agrícolas continuou a se reduzir, passando de 11,192 milhões em 1992 para 10,230 milhões em 1999, uma redução de quase um milhão de pessoas. Não obstante, o comportamento das pessoas com domicílio rural ocupadas em atividades não-agrícolas registrou aumento de 3,06 milhões de pessoas em 1981 para 3,49 em 1992, chegando a 4,62 milhões de pessoas em 1999, o que representou um acréscimo de mais de 1,5 milhão de postos de trabalho no período de duas décadas.

Quando os dados sobre a ocupação são por famílias, verifica-se em que medida esta expressiva quantidade de pessoas que está ocupada em atividades não-agrícolas traduz-se na pluriatividade das famílias. É o que permite visualizar a

Tabela 2, que mostra que do total de 5,886 milhões de famílias brasileiras que em 2003 tinham seus domicílios localizados exclusivamente nas áreas rurais não metropolitanas 22% (1,281 milhão) eram pluriativas, 53% (3,112 milhões) estavam ocupadas em atividades agrícolas e 15% (854 mil famílias) ocupavam-se em atividades exclusivamente não-agrícolas. Ou seja, o meio rural brasileiro já não é mais formado apenas por famílias que trabalham em atividades agrícolas, pois uma parcela expressiva (22%) combina as atividades agrícolas com outras não-agrícolas, configurando-se a pluriatividade, e outra menor (15%) habita no meio rural mas trabalha exclusivamente em atividades não-agrícolas.

Tabela 2. Brasil. Distribuição das famílias domiciliadas nas áreas rurais não-metropolitanas⁵ segundo o tipo de atividade em que está ocupada, 2003

Tipos de Famílias	Total (em 1.000 famílias)	%
Agrícola	3.112	53
Pluriativa	1.281	22
Não-agrícola	854	15
Não-Ocupada	639	11
Total de Famílias	5.886	100

Fonte: GRAZIANO DA SILVA, J. DEL GROSSI, M. E. e CAMPANHOLA, C. (2005)

⁵ São áreas que não atendem a nenhum critério de aglomeração, existência de serviços ou densidade populacional, caracterizando-se, assim, como as áreas rurais propriamente ditas. Para maiores informações ver IBGE. Recenseamento Geral do Brasil – Manual de Atualização Cartográfica. Rio de Janeiro, Diretoria de Geociências. 20p., 1988.

Quando se analisa a posição na ocupação destas 5,886 milhões de famílias que tinham domicílio no meio rural em 2003, verifica-se que 5% (26 mil) eram formados por empregadores, 34% (2,030 milhões) por assalariados, 11% (639 mil) eram de não ocupados e 50% (2,955 milhões) eram famílias ocupadas por conta própria⁶. Considerando-se que as 2,955 milhões famílias ocupadas por conta própria constituem a parcela que forma a agricultura familiar, em 2003 existiam no Brasil 912 mil famílias de agricultores familiares pluriativas, o que representa 31% do total dos ocupados por conta própria.

O Turismo em comunidades rurais: inclusão através de mercados socialmente construídos

Em face deste quadro mais geral de mudanças sociais e econômicas, a questão a saber é que possibilidades ou vantagens pode trazer o turismo rural para as comunidades rurais formadas por pequenos agricultores ou outro tipo de moradores identificados como produtores tradicionais tais como os remanescentes de quilombolas, descendentes de indígenas, coletores de produtos das florestas (quebradeiras de coco, seringueiros etc.), pescadores, ribeirinhos etc. Mais do que isto, deve-se indagar quais os possíveis impactos ou efeitos sobre os modos de vida destas populações que podem ser alterados abruptamente pela intensificação de empreendimentos turísticos.

Para tratar destas questões de grande envergadura é preciso esboçar alguns entendimentos de natureza sociológica e

⁶ *Família conta própria* é aquela que trabalha explorando o seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregado e contando, ou não, com a ajuda dos membros da família na forma de trabalho não remunerado.

antropológica que devem informar e iluminar o tratamento econômico que requer seu estímulo. Ou seja, é preciso ir além dos juízos valorativos que seguem inspirações puramente utilitaristas para se analisar em que medida uma atividade econômica como o turismo em áreas rurais pode ser boa ou ruim para certos tipos de populações.

Objetivamente, a resposta à indagação acerca dos potenciais efeitos e impactos do turismo, assim como das suas vantagens e possibilidades em relação às comunidades rurais e as populações ali residentes, pode ser tanto positiva como negativa. Do ponto de vista sociológico e antropológico, trata-se de processos de mudança, com repercussões nas esferas social, cultural e econômica, que de um modo ou outro afetam a vida das pessoas e transformam a sua condição. Compreender o curso destes processos, sua natureza e seus impactos é, por certo, um objeto de interesse das ciências sociais que, se não deve ser escamoteado e encoberto, precisa ser adequadamente tratado neste âmbito.

Agora, do ponto de vista da intervenção social, notadamente das políticas públicas e das ações que visam estimular e desenvolver o turismo em áreas rurais focalizando as pequenas comunidades, a questão a saber não é se haverá mudanças e impactos sobre o modo de vida das populações envolvidas, o que por certo ocorrerá. A questão pertinente a é como dever-se-ia agir e/ou intervir para que os resultados das transformações inexoráveis sejam desejados e compartilhados pela coletividade (inclusive as minorias mais fragilizadas). Trata-se, na verdade, de alterar o vetor das relações do sentido vertical para o horizontal, que busca valorizar a sincronia entre o saber-fazer de quem oferece e de quem demanda.

Portanto, o primeiro aspecto a ser levado em consideração quando se pretende desenvolver o turismo em áreas rurais é

ter consciência que se está propondo uma intervenção sobre relações sociais e produtivas previamente existentes que precisam ser respeitadas em sua essência, compreendidas em sua especificidade e atendidas em suas preocupações e demandas. Este é o caso, por exemplo, de quando se sugere que famílias de agricultores abram sua residência e propriedade para receber visitantes (estadias, pousadas etc.), quando se propugna o acesso a recursos naturais situados no interior da propriedade ou que a atravessem (turismo ecológico, trilhas etc.), quando se estimula que as manifestações culturais, étnicas e religiosas recebam a participação de estranhos (festas de igreja etc.), entre outras. Nesta esfera, os mediadores (funcionários públicos, extensionistas, consultores etc.) são os que possuem um papel central, pois deles se espera uma postura menos etnocêntrica, mais democrática e participativa e, sobretudo, mais humilde.

Um segundo elemento a ser considerado nas ações que pretendem estimular o turismo em comunidades rurais refere-se ao tema dos mercados e da mercantilização. Muito se propugna que o turismo rural deve ser encarado e difundido como uma atividade empresarial, concebendo-se o agricultor ou produtor como um agente racional que toma decisões objetivas guiadas por um espírito maximizador de oportunidades. Em se tratando de atividades de turismo empreendidas por famílias ou pequenos grupos situados em comunidades rurais esta concepção geralmente não passa de uma panacéia. E as razões são muito simples: os pequenos empreendimentos não operam em mercados plenamente desenvolvidos onde os preços são arbitrados pela concorrência perfeita, as informações são assimétricas, erráticas e freqüentemente submetidas à coerção e a relações personalizadas. Ora, quem conhece uma pequena comunidade rural reconhece facilmente que nestas localidades as relações sociais e econômicas estão inscritas

e são fortemente mediadas pelo parentesco, reciprocidade, amizade e proximidade. Ou seja, o contexto e as diversas formas de coerção social impedem que haja relações mercantis de tipo concorrencial entre ofertantes e demandantes que não passem por estas mediações, altamente subjetivadas e personalizadas.

Mas isso não significa que nestes contextos não possa haver, como de fato existem, relações de troca entre indivíduos, empresas, organizações e instituições. Ou seja, os mercados existem mas, com uma diferença fundamental, pois neste caso se está na presença de sociedades onde *a economia não existe como uma esfera institucional autônoma da vida social*, tal como definiu KARL POLANIY (1980). Ou seja, nestes contextos sociais as relações de troca decorrem e são realizadas a partir de um conjunto de relações interpessoais⁶. A mercantilização transcorre nesta esfera e a partir dela os mercados são socialmente construídos, o que significa que as relações de troca não levam em conta apenas grandezas de ordem quantitativa (preço, quantidade, valor etc.) mas sobretudo qualitativa (quem vende/compra, confiança, amizade etc.). Ou seja, nas comunidades rurais é preciso perceber que outros valores e regras entram em linha de conta quando se quer determinar e conhecer os mecanismos através dos quais se viabilizam as relações econômicas e comerciais. Conhecê-los e atribuir-lhes sentido é um passo fundamental para ativar as redes que estão por detrás desta complexa organização social que é o mercado e, por seu intermédio, patrocinar formas de inclusão daquelas famílias e produtores que, em geral, são percebidos como pouco profissionais ou destituídos de espírito empreendedor. Por

⁶ARNALDO BAGNASCO e CARLO TRIGLIA (1988) coincidem com esta perspectiva e informam que nestas situações os mercados são socialmente construídos.

isso, iniciativas que envolverem estímulo a empreendimentos de turismo em comunidades rurais deveriam considerar estes apontamentos sobre a natureza social que envolve a construção dos mercados e como se posicionam os indivíduos nas relações de troca em face de suas raízes socioculturais.

O terceiro aspecto a considerar é que o turismo rural, apesar de suas potencialidades geradoras de emprego, ocupação e renda, não deixa de ser uma atividade seletiva e, portanto, não pode ser encarado como *a salvação da lavoura*. Aqui cabe um comentário sobre três tipos de questões que freqüentemente são relegadas a plano secundário nas discussões sobre o turismo em áreas rurais. Primeiro, é preciso esclarecer que a referência à expressão *turismo em comunidades rurais* não significa que este tipo de empreendimento promova a inclusão de todas as famílias e unidades produtivas de uma comunidade determinada. Os empreendimentos turísticos são inequivocamente seletivos, requerem consideráveis investimentos e, no caso de envolverem unidades de pequena escala, fatalmente precisam ser pensados na perspectiva das cadeias de produção (também chamadas de rotas, caminhos, vias etc.) que envolvem vários tipos de atrativos. Segundo, o turismo rural também é uma atividade sujeita à sazonalidade, porque a procura pelos pontos depende de vários fatores e não se distribui de forma homogênea ao longo do ano. Terceiro, o turismo rural pode trazer efeitos inesperados como o aumento da jornada de trabalho, sobretudo das mulheres, e a redução da privacidade da família, o que nem sempre é desejável.

O quarto aspecto, em parte decorrente do anterior, refere-se ao fato de que as atividades de turismo nos espaços rurais continuam a ser fortemente marcadas pelo seu caráter

complementar. Neste sentido, o turismo rural deve ser compreendido em dois sentidos: de um lado, como uma nova forma de emprego e ocupação e ampliação de rendas das famílias e, de outro, como um meio de diversificação da economia local. Aqui vale retomar uma idéia central de ELLIS (2000), que mostra em seu estudo que os processos de diversificação dos portfólios de ocupações e fontes de renda têm um papel estratégico na redução da vulnerabilidade das comunidades rurais. Quanto mais diversificadas forem as fontes de ingressos de uma unidade produtiva, maiores são as chances de obter proteção contra potenciais riscos (perda de safra por estiagem, p.ex.) e choques (queda abrupta de preços etc.). Talvez isso também se aplique ao turismo em áreas rurais, não sendo recomendável sugerir a especialização como estratégia para seu desenvolvimento, deixando de lado outras atividades e fontes de renda que podem ser fundamentais em épocas de baixa procura ou de crises, por exemplo.

É importante que as unidades produtivas, quer sejam de agricultores familiares, pescadores, populações tradicionais ou outros, não façam uma simples troca das atividades agrícolas, que até então praticavam, por outras exclusivamente não-agrícolas, tal como os serviços, a recepção e acompanhamento de turistas, o transporte etc. É mais razoável pensar o turismo rural na perspectiva da pluriatividade das famílias e dos indivíduos, permitindo que mantenham múltiplas inserções ocupacionais e variadas fontes de rendimentos. Em termos da economia local o turismo rural pode contribuir para reafirmar o alargamento e a separação entre a agricultura (que é um setor econômico) e o espaço rural. Isto implica pensar na coexistência de várias atividades econômicas em um mesmo território e no desenvolvimento de economias de escopo como resultado da diversificação (os economistas chamam externalidades)

do mercado de trabalho e de produtos que se gera localmente.

Um quinto e último aspecto que parece ser importante para se pensar o turismo rural em pequenas comunidades na perspectiva da inclusão social é levar em conta a promoção da participação social e o incremento dos processos de envolvimento e responsabilização (*embeddedness*, na acepção de MARC GRANOVETTER, 1985) das populações rurais. E aqui é necessário pensar para além da categoria social dos agricultores, pois já não são mais eles os únicos atores sociais do meio rural. É preciso envolver todos os atores interessados nas atividades ligadas ao turismo rural e, sobretudo, criar mecanismos de responsabilização social e de institucionalização. Não raro, conhecem-se iniciativas que se tornaram dependentes e tributárias do poder público ou de seus inspiradores, reproduzindo velhos padrões de clientelismo e dominação. Estimular a criação de associações e entidades autônomas que integrem os diferentes atores envolvidos e que tenham uma abrangência territorial suficientemente ampla para dar conta da diversidade de iniciativas que se apresentam nas comunidades rurais pode ser de fundamental importância.

Desafios para o turismo em áreas rurais: quais políticas?

Das considerações até então apresentadas depreende-se um conjunto de desafios que levam à indagação sobre a natureza e as atribuições do poder público e das organizações da sociedade civil no estímulo ao turismo em áreas rurais na perspectiva da promoção da inclusão social⁷.

⁷ Alguns destes desafios estão contemplados no documento “Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil”, da Secretaria de Políticas de Turismo do Ministério do Turismo.

O primeiro desafio está em incrementar os conhecimentos e o diagnóstico acerca da abrangência e dos impactos do turismo em comunidades rurais. A consulta aos materiais disponíveis em forma de bibliografia acadêmica (teses, artigos, livros etc.), relatórios técnicos (estudos e diagnósticos encomendados pelos órgãos de governo estaduais ou federais a consultores independentes) e informações oficiais (*sites* de governo e informações de locais para visitação) são ainda insuficientes para uma visão geral e aprofundada a respeito do assunto no Brasil.

O segundo desafio diz respeito a um conjunto de ações que permitam ampliar e estimular a inserção dos agricultores e demais populações rurais nos mercados, quer sejam os formalmente existentes ou aqueles que precisam ser criados. São quatro tipos de ações, basicamente: primeiro, estimular a transformação e agregação de valor à produção primária, pois muitos produtores continuam a produzir a matéria-prima mas não lhe agregam nenhum tipo de valor. Segundo, estimular a melhoria na produção de serviços, técnicas e atividades intermediárias que são importantes tanto para a recepção dos turistas quanto para o aperfeiçoamento do manejo e conservação dos recursos. Terceiro, promover a melhoria na qualidade dos produtos, o que envolve tanto a diversificação do portfólio de opções e, especialmente, incrementos e melhorias com a sanidade. Quarto, construção de mecanismos que possibilitem aos excluídos dos mercados, em geral as populações mais pobres, com frágeis relações de sociabilidade e, não raro, até mesmo apartados destas, desenvolver formas de intercâmbio e trocas. Como exemplo, pode-se citar o caso das comunidades de remanescentes de quilombolas ou de outras populações tradicionais, que ainda vivem basicamente da exploração dos recursos naturais para garantir a sua subsistência. A estes grupos sociais é preciso facultar o acesso a mercados institucionais, que podem ser

as Prefeituras locais ou outras esferas de governo, ou até mesmo espaços alternativos tais como os chamados mercados étnicos ou justos, em que consumidores organizados buscam contatos com produtores, no caso ONGs, organizações civis estrangeiras etc.

Um terceiro desafio, que se apresenta como condição *sine qua non*, refere-se à capacitação das populações rurais para o exercício das atividades não-agrícolas, notadamente a prestação de serviços em empreendimentos de turismo rural. A capacitação tem um papel decisivo tanto para os agricultores e populações rurais que passam a lidar com estas novas atividades como para os mediadores e os agentes de desenvolvimento rural, como os técnicos e extensionistas, dos quais se espera uma postura menos etnocêntrica e participacionista, tal como já ressaltado. Formados e preparados para operar na assistência técnica e otimizar a produtividade dos fatores de produção agrícola, boa parte destes agentes sequer está convencida da importância das atividades não-agrícolas nos processos de desenvolvimento rural. Mas não é só o *viés agrícola* dos recursos humanos disponíveis para execução das políticas governamentais que restringe as potencialidades do turismo e das atividades não-agrícolas no meio rural. Na verdade, a própria concepção dos programas, em geral informada por perspectivas que não compreendem ou não levam em consideração a especificidade e as particularidades das unidades familiares, precisa ser alterada. Como exemplos, poder-se-iam citar os programas de capacitação de entidades como o SENAR, o SEBRAE e mesmo o currículo de muitas escolas de ensino médio técnico-profissional (por exemplo os CEFETs). Malgrado sua importância como instituições de formação profissional, que deve ser reconhecida, basta uma análise superficial sobre seus currículos para se perceber a ausência de conteúdos que permitam aos alunos compreender as

particularidades socioantropológicas que regulam a economia e a sociabilidade das comunidades rurais.

O quarto repto refere-se à expansão da infra-estrutura das comunidades rurais, começando pela melhoria de estradas e caminhos de acesso, disponibilização de fontes água potável, meios de comunicação como telefonia etc. Em muitas localidades rurais onde existem recursos naturais que oferecem atrativos, a precariedade da infra-estrutura é fator limitante para sua maior inserção nos circuitos comerciais e de serviços, como os ligados ao turismo ambiental e outros. Na realidade, este tipo de demanda não vem favorecer ou apoiar prioritariamente as atividades não-agrícolas e o turismo rural, mas a própria agricultura e as atividades que lhe são conexas. Portanto, as justificativas aqui são múltiplas e dispensam maiores argumentos.

Um quinto desafio, que ainda é pouco evidente no Brasil, mas motivo de muitas discussões em países em que o turismo rural se desenvolveu de forma consistente no espaço rural, refere-se à gestão de conflitos e às formas de regulação institucionais e políticas que emergem dos usos múltiplos do espaço rural. Nas áreas rurais destinadas à exploração de atividades turísticas é comum haver a co-presença de vários atores como agricultores, ambientalistas, moradores de fim de semana, empreendedores de turismo rural etc. Um mesmo espaço físico, mas interesses e direitos variados e difusos, eis o quadro. Como conseqüência, surgem os conflitos e as divergências sobre o uso e a finalidade do espaço. Este é o caso, por exemplo, dos conflitos que surgem entre as autoridades legais (IBAMA, órgãos de fiscalização ambientais estaduais, polícia ambiental etc.) e as comunidades rurais situadas nas imediações de parques, áreas de preservação permanente, reservas legais da biosfera, áreas indígenas e outras. De um lado, os profissionais

encarregados do cumprimento da ordem legal e, de outro, os usuários do espaço que ali se encontram e vivem de sua exploração. Não são poucos os conflitos e disputas, muitos dos quais resvalam para as esferas políticas locais, como Prefeituras, sindicatos e outros; cuja capacidade de resolução é sempre limitada dada à ausência de competência legal. Para este tipo de situação é que se coloca o desafio da constituição de mecanismos de regulação que permitam controlar estes conflitos. Estas formas de regulação se constituem em ordenamentos legais que esclarecem e atribuem competências aos respectivos níveis de governo. Do contrário, a legislação sanitária, ambiental e previdenciária em vigor no Brasil poderá se tornar não apenas um entrave ao desenvolvimento de novos empreendimentos e iniciativas nos espaços rurais como um fator de estímulo aos conflitos, o que contradiz sua própria razão.

Bibliografia consultada

- ALMEIDA, J. A. e RIEDL, M. (Orgs.). Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, São Paulo, Ed. EDUSC, 2000.
- ALMEIDA, J. A. FROEHLICH, J. M. RIEDL. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 1998.
- BAGNASCO, A., TRIGLIA, C. La Construction Sociale du Marche: Le défi de la Troisième Italie. Paris, Juillet/Éditions de L'ENS-Cachan, 1993.
- BESSIÈRE, J. Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. Sociologia Ruralis, V. 38, nº 1, p.20-34, 1998.
- CAVACCO, C. O turismo rural nas políticas de desenvolvimento do turismo em Portugal. In: CAVACCO, C. (Coord.) Desenvolvimento Rural: desafio e utopia. Universidade de Lisboa, p. 281-292, 1999
- ELLIS, F. Rural livelihoods and diversity in developing countries. Oxford, Oxford University Press, 2000.
- EMBRATUR. Turismo Rural. Manual operacional. Brasília: (s.n), 1994.
- FROEHLICH, J.M. Turismo rural e agricultura familiar: explorando (criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o

‘desenvolvimento’. In: ALMEIDA, J. A. e RIEDL, M. (Orgs.). Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, São Paulo, Ed. EDUSC, 2000.

GOMES DA SILVA, A., BRACERAS, L.L.R. e ANDRADE, L.M. Turismo rural e pluriatividade no Rio Grande do Norte. . In: CAMPANHOLA, C. e SILVA, J. G. (Eds.). O Novo rural brasileiro: novas atividades rurais. Vol. 6. Brasília, DF, Embrapa Informação Tecnológica, p. 146-182, 2004.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91:481-510, 1985.

GRAZIANO DA SILVA, J. O novo rural brasileiro. Campinas, UNICAMP, Instituto de Economia, (Coleção Pesquisas, 1), 1999.

GRAZIANO DA SILVA, J., DEL GROSSI, M. E. e CAMPANHOLA, C O Novo rural brasileiro: uma atualização. Ribeirão Preto, São Paulo, Congresso da Sociedade Brasileira de Economias e Sociologia Rural, 2005.

GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO, C. e DALE, P.J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A. FROELICH, J. M. RIEDL. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. São Paulo: UFSM, 1998.

HERVIEU, B. e VIARD, J. Au bonheur des campagnes (et des provinces). Paris, Éditions de L’Aube, 1996.

INSTITUTO CEPA/SC. Estudo do potencial do agroturismo em Santa Catarina. Florianópolis (SC): ICEPA/PRONAF, 2002.

INSTITUTO CEPA/SC. Levantamento dos Empreendimentos de Turismo Rural de Santa Catarina. Florianópolis (SC): ICEPA/PRONAF, 2003.

MARSDEN, T. The condition of rural sustainability. Assen, The Netherlands, Van Gorcun, 2003.

MATTEI, L. Turismo Rural e Ocupações Não-Agrícolas: o caso de Santa Catarina. In: CAMPANHOLA, C. e SILVA, J. G. (Eds.). O Novo rural brasileiro: novas atividades rurais. Vol. 6. Brasília, DF, Embrapa Informação Tecnológica, p. 183-218, 2004.

MATTEI, L. Turismo rural: perspectivas para o Estado de Santa Catarina. In: XXXVIII Congresso da SOBER, Rio de Janeiro, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil”, da Secretaria de Políticas de Turismo, Ministério

do Turismo, s/d. 22 páginas (obtido no site www.pronaf.gov.br/turismorural).

PLOEG, J. D. van der The reconstitution of locality: technology and labour in modern agriculture. In: Marsden, T. P. e S. Whatmore (org.), *Labour and locality: uneven development and the rural labour process*. London: David Fulton, 1992.

PLOEG, J.D. van der.; VAN DIJK, G. (eds.) *Beyond modernization: the impact of endogenous rural development*. Netherlands, Assen, Van Gorcum, 1995.

POLANYI K; ARENSBERG, C.M. y PEARSON, H.W. (dir) *Comercio y mercado en los imperios antiguos*. Barcelona, Labor Universitaria, 1976.

POLANYI, K. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro. Ed. Campus, 1980.

RODRIGUES, A. B. *Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia*. In: ALMEIDA, J. A., RIEDL, Mário (Orgs.). *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. São Paulo: EDUSC, 2000.

ROQUE, A.M. *Turismo no espaço rural: Um estudo multicaso nas regiões sul e sudoeste de Minas Gerais - MG*. 2001. Dissertação (Mestrado em Administração Rural). Universidade Federal de Lavras, Lavras (MG).

RUSCHMANN, Van der M. *O turismo rural e desenvolvimento sustentável*. In: ALMEIDA, J. A. FROELICH, J. M. RIEDL. (Orgs.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: 1998. p. 49-56.

SABOURIN, E. *Organização dos agricultores e produção de valores humanos*. In: XII CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA – SBS, BELO HORIZONTE, 2005.

SCHNEIDER, S. *A Pluriatividade na Agricultura Familiar*. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2003.

SCHNEIDER, S. e FIALHO, M.A.V. *Atividades não-agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul*. In: ALMEIDA, J. A. e RIEDL. M. (Orgs.). *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru, São Paulo, Ed. EDUSC, 2000.

TULIK, O. *Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural*. In: Rodrigues, A.B. (Ed). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec, 1997.

VENTURA, F.; MILONE, P.; SABELLI, D.; AUTIELLO, L. Agritourism in Umbria: building linkages and synergies in local economies. *In*: PLOEG, J.D. van der; LONG, A.; BANKS, J. (Eds.) *Living in countryside. Rural development processes in Europe: the state of the art*. Doetinchem, Netherlands, 2002.

ZIMMERMANN, A. *Turismo Rural: um modelo brasileiro*. Florianópolis, Ed. do autor, 1996.

GT: Comunidades Costeiras e Rurais Frente à Expansão do Turismo

Perguntas orientadoras:

1. Como promover a inserção das comunidades rurais e costeiras pela prestação de serviços turísticos?

Diante da fragilidade social, cultural, política, econômica e ambiental das *comunidades costeiras e rurais*, o Ministério do Turismo, para promover a inserção dessas comunidades pela prestação de serviços turísticos, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

a) identificação e caracterização das comunidades rurais e costeiras:

Recomendações Operacionais

- identificar e categorizar as comunidades rurais e costeiras com potencial para turismo, criando tipologias regionais, em articulação com o Ministério Desenvolvimento Agrário/MDA, Ministério do Meio Ambiente/MMA, MAPA, Ministério do Desenvolvimento Social/MDS, Secretaria Nacional da Pesca;
- desenvolver pesquisas de levantamento de oferta e demanda em parceria com universidades e cursos de turismo.

b) mobilização das comunidades nas discussões das políticas públicas nacionais e locais:

Recomendações Operacionais

- implementar iniciativas para sensibilização, conscientização e mobilização de comunidades rurais e costeiras para entenderem o turismo como fonte de renda e emprego e para a construção de uma política que ajude a minimizar a sazonalidade do turismo;
- provocar um novo pensar sobre o uso turístico sustentável da água pelas comunidades ribeirinhas;
- incentivar a formação dos conselhos municipais de turismo, fóruns de consertação e estimular a integração destes conselhos com os de desenvolvimento rural e outros.

c) fortalecimento de laços culturais locais e da auto-estima das comunidades rurais e costeiras:

Recomendações Operacionais

- apoiar a valorização das manifestações culturais locais e regionais, trabalhando o reconhecimento e a auto-valorização;
- implementar iniciativas de educação para o turismo com respeito aos valores culturais e identidade locais, enfocando o valor da cultural local para a comunidade e para o turismo.

d) estímulo e o fortalecimento do cooperativismo e do associativismo:

Recomendações Operacionais

- priorizar a aprovação de projetos desenvolvidos e implementados de forma coletiva, em parceria com o MDA;
- vincular as políticas públicas ao atendimento prioritário aos grupos organizados e associativos da sociedade civil.

e) elaboração de planos de desenvolvimento turístico local e regional integrados aos planos de gestão urbana e ambiental:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• incentivar e introduzir o planejamento turístico integrado nas discussões e propostas de gestão urbana e ambiental local e regional;• orientar medidas para minimizar a especulação imobiliária;• promover estudos de capacidade de suporte;• implementar ações contínuas e seqüenciais, assegurando a participação das comunidades envolvidas na elaboração dos planos locais e regionais.

f) estruturação e qualificação de produtos turísticos:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• viabilizar a capacitação de técnicos dos órgãos de turismo e de extensão rural para o apoio e assistência técnica na montagem e estruturação de projetos turísticos com as comunidades costeiras e rurais;• planejar e implementar roteiros turísticos locais e regionais integrados;• criar “rotas culinárias” típicas e com selos de origem;• incentivar o desenvolvimento de empresas de receptivo local.

g) qualificação dos serviços turísticos:

Recomendações Operacionais

- viabilizar a capacitação de técnicos e de pessoas da comunidade envolvida para atuarem no turismo costeiro e rural;
- viabilizar ações e projetos de qualificação de empregadores e empregados para atendimento, prestação de serviços aos turistas e gestão do negócio;
- desenvolver projetos para informar e incentivar os alunos de ensino básico nas áreas rurais e costeiras para a importância do turismo.

h) promoção e comercialização dos produtos turísticos:

Recomendações Operacionais

- orientar a oferta de produtos e serviços diferenciados e representativos da cultura local, provenientes das populações tradicionais;
- fomentar a organização e centralização da promoção e comercialização dos produtos locais e regionais;
- realizar minifeiras em universidades, escolas, *shopping centers*, centros culturais etc.;
- articular com redes locais a inserção das comunidades no mercado local e regional;
- promover a roteirização dos produtos considerando e integrando as regiões turísticas.

i) incentivo aos empreendimentos turísticos:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• disponibilizar linhas de microcrédito desburocratizadas, para os empreendedores locais;• promover ampla discussão e revisão dos instrumentos econômicos utilizados, com foco nas populações tradicionais e na cadeia produtiva do turismo;• disponibilizar ATER – Assistência Técnica de Extensão Rural para orientar a elaboração e implantação de projetos turísticos;• melhorar a infra-estrutura das comunidades envolvidas: luz, água, telefone e outros;• desenvolver mecanismos de incentivo fiscal para empreendimentos turísticos rurais e costeiros.

j) revisão e atualização dos aspectos legais relacionados ao turismo rural e costeiro:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• promover estudos visando incorporar a atividade turística na legislação agrária, como atividade não agrícola;• montar grupo de trabalho para estudar e rever a legislação existente, visando o não comprometimento da sustentabilidade e das prerrogativas dos agricultores e pescadores.

Breves reflexões sobre as relações entre turismo, infância e juventude no Brasil

Renato Roseno*

Introdução

O presente artigo não pretende discutir os meandros da atividade turística e todas as suas possíveis relações com os segmentos infância e juventude, pois o autor, não sendo profissional especialista em turismo, não se sente capaz de fazê-lo. Ao contrário, nossa intenção é abrir um diálogo com os operadores e especialistas em turismo para que estes aportem ao seu campo de saber/fazer um enfoque de direitos humanos a partir da perspectiva também geracional. Sendo assim, o presente texto intenciona mais aduzir uma provocação na busca de um possível modelo de turismo sustentável (mesmo sabendo da polissemia que cerca essa expressão), que propriamente elaborar conclusões sobre as complexas e difíceis relações entre geração e turismo.

Para tanto, procurou-se construir um discurso que contemplasse duas distintas dimensões: uma acerca do impacto negativo de um determinado modelo de turismo sobre a população infanto-juvenil e uma outra sobre as potencialidades que jovens podem trazer ao desenvolvimento de formas não-tradicionais de turismo.

* Advogado, coordenador do CEDECA – Ceará (Centro de Defesa da Criança e do Adolescente do Ceará) e representante da ANCED (Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente) junto ao CONANDA (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente).

Entretanto, antes de ingressar diretamente no debate, faz-se necessária uma breve análise situacional da população brasileira compreendida na faixa etária da infância e juventude.

Uma análise de contexto

O perfil demográfico da sociedade brasileira tem se alterado nos últimos cinquenta anos. As mudanças socioeconômicas e culturais do período resultaram na diminuição do peso relativo do segmento abaixo de 24 anos na configuração da população total, bem como na diminuição do número de filhos por família no geral. Contudo, ainda é bastante expressivo o índice de crianças e jovens na sociedade brasileira. Conforme dados reproduzidos a seguir, oriundos da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD (IBGE, 2003), aproximadamente 47% da população brasileira têm menos de 24 anos, sendo que, pelo menos 36%, estão entre 0 e 18 anos (definição legal de crianças e adolescentes):

População brasileira entre 0 e 24 anos

	Total	175 987 612
Total 0 a 24 anos	82.071.490	
0 a 4 anos	14.761.137	
5 a 9 anos	16.585.825	
10 a 14 anos	16.475.715	
15 a 19 anos	17.451.234	
20 a 24 anos	16.797.579	

Fonte: IBGE, PNAD 2003 (Exclusiva a população rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá)

Ao contrário dos conceitos de criança e adolescente, que têm guarida legal (ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente, 1990), o conceito de juventude encontra diferentes interpretações. Para os objetivos do presente texto, buscaremos utilizar, além das definições legais de criança e adolescente, também a expressão “adolescentes e jovens”, entendendo essa ser composta pela faixa da população entre 15 e 24 anos. No caso brasileiro, estes somavam mais de 33 milhões em 2003 (PNAD, IBGE, 2003).

Pela simples análise demográfica, chegaríamos à conclusão de que quaisquer políticas públicas nacionais e, em especial, as políticas de desenvolvimento deveriam no momento de sua elaboração e posterior execução incorporar o enfoque geracional, pois temos quase metade da população brasileira em fase peculiar de desenvolvimento, quais sejam a infância/adolescência e a juventude. Entretanto, além da questão demográfica, o segmento formado especificamente por crianças e adolescentes tem a garantia constitucional da prioridade absoluta na realização de seus direitos (Constituição Federal, art. 227), o que seguramente compreende a “preferência na formulação e na execução das políticas sociais públicas” (ECA, art. 4º, alínea e). Portanto, imaginar possíveis relações entre a política pública de desenvolvimento do turismo e seus prováveis impactos sobre os segmentos infanto-juvenis não somente se apresenta como um imperativo conjuntural dada a expressão desse segmento populacional no conjunto da sociedade brasileira, mas também como um imperativo político e legal de reconhecer direitos fundamentais a esses, o que nos obriga a analisar quais as repercussões da atividade turística sobre esse segmento populacional ou, em outra medida, como esse segmento envolve-se com o setor turismo.

Para continuar nossa análise seria imprescindível acrescer uma diversidade de outros vetores que não somente o

populacional, tais como renda, gênero, raça, etnia, local de moradia. Entretanto, utilizaremos a divisão de renda das famílias com filhos entre 0 e 14 anos para exemplificar o nível de desigualdade vigente no país e inferir a relação dessa desigualdade com a atividade turística.

De acordo com a última Síntese de Indicadores Sociais (IBGE, 2004), o Brasil tem 38% das famílias com filhos entre 0 e 14 anos vivendo com até $\frac{1}{2}$ salário mínimo *per capita*/mês. Esse índice, por si, representa um grande contingente de pessoas em faixas etárias bastante jovens vivendo em condições materiais penosas. Entretanto, a disparidade regional apresenta-se mais preocupante ainda, conforme a tabela a seguir:

Rendimento médio mensal *per capita* de famílias com

Região	Até 1/2 salário mínimo	Mais de 1/2 salário	Mais de 1 salário
Brasil	38%	26,4%	2,
Norte	43,7%	27,9%	1,
Nordeste	61,8%	19,4%	1,
Sudeste	26,3%	29,1%	3,
Sul	23,3%	30,6%	3,
Centro-oeste	33,1%	29,7%	3,

Fonte: IBGE, Síntese de Indicadores Sociais, 2004

Como se vê, o Nordeste brasileiro tem 61,8% de famílias com filhos entre 0 e 14 anos vivendo em condição de pobreza, ao contrário do Sul do país com 23,3% na mesma situação. O mesmo ocorre nas faixas mais abastadas economicamente. Enquanto no Nordeste apenas 1,1% vive com renda média mensal *per capita* acima de 5 SMs, no Sudeste esse índice chega a 3,9% da população. Essa disparidade regional no acesso à riqueza influencia diretamente as possibilidades e alternativas de vida digna

de todos. Analisar essa disparidade é tarefa complexa, mas fundamental para pensarmos como as áreas mais pobres do país são impactadas pelo turismo, especialmente ao vermos que a atividade turística tradicional tem sido apresentada para o Nordeste como uma grande redentora da situação histórica de pobreza e iniquidade.

Portanto, devemos nos fazer os seguintes questionamentos: de quais modelos de desenvolvimento da atividade turística estamos falando? Como esses diferentes modelos de turismo impactam (negativa ou positivamente) a vida de crianças, adolescentes e jovens? Quais as alternativas de curto, médio e longo prazo para a incorporação da questão geração nas políticas de desenvolvimento do turismo?

O turismo “contra” a criança e o jovem

Como qualquer atividade econômica, o turismo também desenvolve repercussões (positivas ou negativas) sobre a população, especialmente no que concerne a sua capacidade de realizar direitos fundamentais. Nessa seção desejamos levantar hipóteses sobre o impacto negativo que um determinado modelo de turismo, especialmente desenvolvido no Norte e Nordeste brasileiros, mas não somente, tem causado sobre a população infanto-juvenil.

Para tanto, buscamos adotar como modelo de compreensão das relações sociais, a existência de uma teia de co-extensividade¹ entre as diferentes dimensões de classe social, gênero, raça, etnia, local de moradia, condição física, orientação sexual...e, não poderíamos deixar de lado, também, a dimensão **geração**. Isso nos permite concluir que, para entender as relações existentes entre turismo e geração, é necessário ampliar o olhar e conjugar ainda as outras

Kergoat, 1989.

dimensões antes citadas, sob pena de cometer uma análise incompleta”. Essa “co-extensividade” entre classe social, gênero e geração tem na exploração sexual realizada por turistas (ou turismo sexual) uma de suas mais pungentes expressões. No presente artigo, utilizaremos o turismo sexual como um exemplo danoso da relação turismo e geração.

O turismo sexual é definido pela OMT – Organização Mundial do Turismo como “a realização de viagens organizadas dentro do setor turismo ou fora deste, porém com o uso de suas estruturas e redes, com o propósito primeiro de permitir relações sexuais comerciais do turista com os/as residentes do local de destino”.

O Brasil tem sido palco de diferentes formas de turismo sexual tanto com adolescentes do sexo feminino quanto com mulheres jovens. Mesmo não havendo dados cientificamente comprováveis da quantidade de vítimas dessa forma de exploração, sabe-se que o turismo sexual encontra espaço nas grandes cidades litorâneas (que acabaram por conjugar a perversa trilogia “*sea, summer and sex*”), bem como no interior do Brasil (onde o apelo por um estereótipo de mulher “exótica” é o carro-chefe dessa atividade).

A adoção de Códigos de Conduta Ética contra Exploração Sexual² parece ter sido uma alternativa que muitos países, estimulados pela OMT (Organização Mundial do Turismo), adotaram para combater a exploração sexual no turismo ou o turismo sexual. Com certeza, há exemplos positivos em todo o mundo, inclusive no Brasil³, de mudanças no padrão do setor do turismo que em alguns locais passou, mediante

² Ver www.thecode.org

³ Nesse sentido verificar a rica experiência da organização não-governamental Resposta, no Estado do Rio Grande do Norte – www.resposta.org.br

o incentivo de códigos de conduta, a adotar uma atitude explícita e intencional de intolerância com a exploração sexual. No entanto, os códigos de conduta, por serem instrumentos de autogestão e de força meramente simbólica, não têm a capacidade de promover mudanças estruturais (e nem se propõem a isso) ou então se perdem por sua banalização ou ausência de mecanismos sociais de controle daqueles que os adotaram. Por isso mesmo, não devemos desconsiderá-los, mas apostar todas as nossas fichas nessa estratégia não seria sensato.

Temos defendido que a exploração sexual no turismo é o resultado de uma equação injusta que utiliza a iniquidade das relações de poder entre sociedades diversas. Se por um lado, há uma demanda majoritariamente masculina por sexo pago à procura de um mito de uma mulher jovem “hipererotizada”, “exótica” (aqui na verdade o que há é um fetichismo a partir da componente raça) e acessível às fantasias desse personagem masculino, há também por outro lado, uma adolescente ou jovem, cuja quase totalidade de direitos sociais e políticos foi negada desde seu nascimento, e que é atraída para a exploração sexual como alternativa de mobilidade social e superação da própria pobreza. Nesse território globalizado esse dois mundos tão desiguais se encontram mediados pela mercantilização do sexo. Essa é para muitas a primeira porta para o tráfico com fins de exploração sexual.

O *Estudo da Demanda Turística Internacional de 2003*, publicado pelo Ministério do Turismo/EMBRATUR informa que 45,1%, ou seja pouco menos da metade, dos turistas internacionais que visitaram o Brasil naquele ano viajavam acompanhados da família, 25,2% viajavam com amigos e 27,1% viajavam sozinhos. Ainda de acordo com o mesmo estudo 17,4% destes turistas tinham entre 18 e 27 anos, e a

maioria (48,8%) encontravam-se na faixa de 28 a 45 anos. Infelizmente, o estudo não fornece a divisão de sexo entre os pesquisados. Esses dados podem não representar absolutamente nada, já que o fato de haver pouco mais da metade de visitantes em grupos ou sozinhos não leva necessariamente à conclusão alguma sobre o comportamento destes turistas em nível nacional. Contudo, não podemos deixar de considerar que há uma urgência na mudança do padrão de turismo que se desenvolve em determinadas regiões do país, já que nestas desembarcam vôos cuja participação masculina jovem é injustificadamente muito superior à feminina, o que nos leva a induzir o porquê que dadas regiões atraem somente aquela parcela de clientela ao turismo. Ressalte-se: não desejamos gerar nenhum tipo de estereótipo xenófobo, muito menos moralista, mas tão-somente alertar para a urgência de alterarmos o modelo de desenvolvimento de turismo exercido em algumas partes do país, tendo em vista a permanência de relações de poder injustas, ilegais e eticamente intoleráveis a partir da atividade turística, gerando sofrimento e negação de direitos a seres humanos que deveriam tê-los especialmente garantidos.

Nesse mesmo diapasão ganha relevância a crítica realizada por organizações e movimentos⁴ sociais no Brasil aos grandes projetos de infra-estrutura financiados por IFMs (Instituições Financeiras Multilaterais), cuja justificativa é o incremento do turismo. Em última instância, há de se perguntar se essa não é, no longo prazo, uma estratégia de “mais do mesmo”, ou seja, um modelo que permite a degeneração dos recursos naturais, da cultura e dos direitos humanos, resultando em mais concentração de riqueza, maior endividamento externo e exclusão social.

⁴ Consultar as manifestações da Rede Brasil sobre IFMs – www.rbrasil.org.br

A declaração sobre turismo sexual adotada na 11ª sessão da Assembléia Geral da OMT – Organização Mundial do Turismo (Resolução A/RES/338 (XI)) expressa que aquela organização *“rejeita todas essas formas de atividades como exploradoras e contrárias aos objetivos fundamentais do turismo em promover a paz, os direitos humanos, o entendimento mútuo, o respeito por todos os povos e culturas e o desenvolvimento sustentável”*. Entendemos, portanto, que pensar um modelo de turismo que não permita a exploração sexual é, na verdade, muito mais envidar esforços para a promoção desses objetivos fundamentais que adotar posturas estritamente repressivas que não permitem superar as causas estruturais e promotoras da desigualdade. Somente a conjugação de estratégias sólidas de promoção da cidadania de adolescentes e mulheres jovens (mediante ações afirmativas com enfoque de gênero, geração e raça), bem como uma postura proativa de toda a sociedade contra a exploração sexual de jovens no turismo, poderá gerar resultados.

O turismo do jovem: um turismo socialmente solidário?

Por outro lado, cabe destacar um outro campo de relações entre turismo e população infanto-juvenil. Podemos, grosso modo, resumir que o processo nominado de globalização capitalista “diminuiu” o mundo, porém ampliou as desigualdades entre as nações. Em poucos momentos na história da humanidade a desigualdade foi tão expressiva e tomou extensões tão impressionantes. Talvez por isso mesmo, abra-se uma janela para uma outra alternativa de turismo que vem sendo desenvolvida por comunidades, agências de cooperação e organizações não-governamentais.

A OMT – Organização Mundial de Turismo define como turista “as pessoas que viajam a lugares distintos do seu entorno habitual, aí permanecendo, pelo menos, 24 horas

ou um pernoite e no máximo um ano no local visitado, com fins de lazer, negócios e outros”.

Há pelos menos três décadas vêm sendo desenvolvidas diferentes experiências de turismo socialmente solidário, ou seja, aquele em que o turista busca conjugar seu período de lazer com alguma atividade ou atitude socialmente responsável, seja em uma comunidade urbana ou rural. Em geral, os envolvidos nessa forma de turismo são jovens, sensibilizados e motivados pelo desejo de transformação, de responsabilidade planetária e de partilha de culturas e saberes. Aqui temos um amplo campo de interseção entre ecoturismo, turismo em comunidades rurais, turismo de aventura, turismo solidário e intercâmbio jovem (turismo jovem). Mesmo que a dimensão dessas experiências hoje em curso seja diminuta, estas não devem ser desconsideradas, já que produzem indiscutivelmente resultados positivos na riqueza, no saber e no empoderamento dos envolvidos.

Nos parece que essas experiências devem servir de base para renovação das políticas oficiais de turismo. Em vez de ajustar o modelo de turismo a partir da lógica dos grandes conglomerados nacionais e transnacionais do setor, deveríamos buscar nessas alternativas as estratégias que podem efetivamente desenvolver aquilo que de mais interessante a humanidade criou como objetivos do turismo: a promoção dos direitos humanos e o respeito entre os povos. As atividades de turismo solidário ou intercâmbio de jovens não guardam seus maiores e melhores resultados nas cifras econômicas. O impacto dessas experiências está, sobretudo, na vida de seres humanos em fase peculiar de desenvolvimento de suas personalidades, vindos de culturas diversas e com experiências distintas que passam a complexar sua existência e resignificar suas possibilidades de ação sobre o mundo, gerando as mais variadas formas de engajamento

pela dignidade humana, consciência ecológica e cidadania planetária.

Possíveis aproximações: curto, médio e longo prazos

As concepções aqui levantadas, conforme dito anteriormente, não têm a pretensão de serem mais que provocações de um “não-especialista” em turismo aos especialistas do setor. Tampouco desejam jogar juízos negativos ou impressionistas sobre essa atividade. Ao contrário, a idéia de cidadania planetária pode em muito ser estimulada por uma atividade turística responsável que promova a integração soberana e eqüitativa dos povos e nações. Pelo que defendemos que o olhar sobre essa atividade seja ampliado, para contemplar as demandas específicas de realização de crianças, adolescentes e jovens.

Destarte, tomamos a liberdade de pensar, a título de conclusão, algumas diretrizes a serem adotadas, sobretudo pela esfera pública, para esse desafio de estabelecermos um novo modelo de desenvolvimento turístico que promova a inclusão social e a sustentabilidade ambiental.

No curto prazo:

Implementação de processos de sensibilização e capacitação de operadores de toda a cadeia do turismo para o enfoque geracional, especialmente no tocante à promoção dos direitos de crianças, adolescentes e jovens. Isso implica de imediato o desenvolvimento de estratégias de reação à exploração sexual no turismo, por exemplo, bem como de promoção de outras alternativas de turismo: campanhas, processos de responsabilização de exploradores e promoção de processos de autogestão (códigos de conduta);

No médio prazo:

Atividades de prevenção com enfoque conjugado de gênero, raça e geração: incentivo à ampliação de escolaridade formal, profissionalização e geração de renda às famílias potencialmente em risco de exploração;

No longo prazo:

Alteração do padrão de financiamento da infra-estrutura turística, buscando beneficiar estratégias de desconcentração de riqueza, valorização das culturas locais, respeito ao meio ambiente e garantia dos direitos humanos de populações e comunidades tradicionais.

Turismo e Geração: Jovens e Idosos

Adriana Romeiro de Almeida Prado*

O perfil da população vem se alterando muito rapidamente, em todo o mundo. A cada ano, a população idosa cresce mais, em detrimento da população de crianças e jovens. A população com mais de sessenta anos, no Brasil, passou de 4%, em 1940, para 9%, em 2000, correspondendo a 15 milhões de habitantes. As projeções apontam que poderá atingir 15% do total da população em 2020.

A faixa que reforça esse crescimento é a dos octogenários, que cresce num ritmo mais acelerado ainda. Esse crescimento da população com idade acima de oitenta anos está alterando a composição etária dentro do grupo de idosos, conforme aponta CAMARO (FREITAS et al; 2002).

A taxa de crescimento da população idosa é influenciada pela redução das taxas de nascimento – diminuição do número de crianças e jovens; mudanças, no passado, na mortalidade de pessoas de 0 a sessenta anos –, declínio desse índice e a diminuição da mortalidade acima de sessenta anos. (SABE; 2003) Fica o desafio de garantir ao idoso a sua participação de forma ativa e produtiva.(IBGE; 2002). Uma das recentes conquistas é o Estatuto do Idoso por meio da Lei 10.741/2003.

*Arquiteta, mestre e especialista em gerontologia pela Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia – SBGG. Técnica master da Fundação Prefeito Faria Lima – Cepam. Coordenadora da Comissão de Acessibilidade a Edificações e Meio, do Comitê Brasileiro de Acessibilidade, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Tempo livre

O tempo livre é aquele que nos resta após o término do trabalho, do descanso, das atividades físicas e das obrigações familiares. O tempo livre varia durante nossas vidas. Quando crianças e adolescentes, temos muito tempo livre, que se reduz quando começamos a trabalhar, e volta a aumentar quando a jornada do trabalho diminui ou se acaba (MORAGAS; 2004).

Segundo MORAGAS, há diferença entre os relógios biológicos da pessoa ativa e da pessoa que se aposenta. A pessoa que se aposenta passa a ter disponíveis as horas do trabalho, além das horas dispendidas no transporte, o que amplia significativamente o tempo livre. Se esse não for preenchido com atividades interessantes para a pessoa, poderá gerar um grave problema. Por outro lado, quando bem dirigido, é bastante benéfico e pode promover o desenvolvimento pessoal.

Figura 1 - Relógios biológicos



O uso do tempo livre tem diferentes interesses, de acordo com a idade da pessoa. Apesar da seleção de atividades ser um processo individual, com amplas possibilidades de escolha, alguns comportamentos são semelhantes nas diferentes fases da vida. Quando o indivíduo é jovem, tem

ampla possibilidade de escolha, porém não dispõe de condição financeira. Ao ingressar no mercado de trabalho, enquanto permanece solteiro, é a ocasião em que possui todas as possibilidades de escolha; quando casa, reduzem-se essas possibilidades, que vão reaparecer no momento em que os filhos saem de casa, quando terá tempo e dinheiro para desfrutar seu lazer.

Condições físicas das pessoas idosas

Para garantir a independência das pessoas idosas, é necessária uma boa condição física, que envolve variáveis fisiológicas, como força muscular, flexibilidade, equilíbrio, entre outras.

O projeto Sabe – Saúde, Bem-Estar e Envelhecimento é uma pesquisa aplicada aos idosos da cidade de São Paulo e apresenta a capacidade funcional dos idosos no desempenho de suas atividades cotidianas. Segundo DUARTE, observando outras pesquisas desenvolvidas para análise da saúde dos idosos da cidade de São Paulo, constatou-se que 80% não apresentam limitações funcionais para Atividades Básicas de Vida Diária (ABVD) e 73% não apresentam limitações no desempenho das Atividades Instrumentais de Vida Diária (AIVD)⁷ (DUARTE, Y in: SABE; 2003).

Algumas considerações sobre o desenvolvimento do turismo

Apontado como uma das principais atividades da economia mundial, o turismo movimentou US\$ 3,5 trilhões em 2003, ou 10% do PIB mundial. Um, a cada dez postos de trabalho, em todo o planeta, é voltado para essa atividade (PRÓSPERO; 2005).

Essa atividade no Brasil, está atraindo um investimento de R\$ 3,5 bilhões, que gera 87 mil empregos. Dessa forma, o

setor pode e deve contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade (PRÓSPERO; 2005).

O Brasil, indubitavelmente, apresenta uma crescente oferta de produtos, tanto para o turismo interno como para o externo, devido a todas suas belezas naturais, que atraem muitas pessoas. Também a forma de acolher dos brasileiros, conhecida por *cultura brasileira da hospitalidade*, é um diferencial competitivo para o país (PRÓSPERO; 2005).

O Brasil está potencialmente dotado para ser um referencial turístico mundial. Todavia, antes de se falar em desenvolvimento do turismo é necessário buscar a definição do que é turismo.

Para DE LA TORRE (1997) o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência, para outro, no qual não exercem qualquer atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

A proposta, hoje, é desenvolver um turismo que passe o conhecimento de valores éticos e culturais, ou seja, um turismo para o desenvolvimento humano, com foco na pessoa, com a proposta de inclusão. Um turismo que valorize o direito ao trabalho e ao lazer. Para desenvolver esse turismo inclusivo é necessária uma participação do poder público, da iniciativa privada e da sociedade.

Turismo para idoso

As vias públicas, palco das atividades de turismo, devem estar adequadas às condições de acessibilidade. O poder público, por força de lei federal (Lei nº 10.098/00 e Decreto nº 5.296/04), fica obrigado a investir na reforma do espaço

físico, do urbano ou dos edifícios, para garantir uma circulação mais segura e com mais conforto aos idosos e às pessoas com deficiência.

Em um passeio a pé, as calçadas devem garantir a circulação dos turistas idosos e o tempo do semáforo deve estar dimensionado em função da caminhada das pessoas. Quando o passeio exigir transportes é condição essencial que eles sejam acessíveis. Ônibus com piso baixo, sem degrau, permitem o embarque de qualquer pessoa.

Ajustar os roteiros às condições físicas do grupo é fator fundamental. Para tanto, é importante que o agente de viagens conheça as características desta demanda e elabore roteiros com a participação dos idosos. O dimensionamento do tempo e as dificuldades do percurso em função das pessoas com mobilidade reduzida são questões que merecem atenção quando da elaboração desses roteiros, tais como trilhas e passeios ecológicos, entre outros. É importante lembrar que alguns lugares podem elevar a pressão das pessoas idosas, causando dores de cabeça ou até riscos maiores a sua saúde. Já os hotéis, devem colocar à disposição dos clientes orientações e folhetos com informações sobre passeios grau de dificuldade, o tempo de duração e o tipo de transporte, explicando se há transporte acessível – veículo que permitirá o embarque, sem degrau.

Em pesquisa realizada com o objetivo de identificar as preferências dos idosos, em Santa Cruz do Sul / RS, verificou-se que os mesmos (amostra de setenta pessoas) preferem viajar com os amigos, utilizam ônibus para seus deslocamentos, hospedam-se em hotéis e viajam para as praias no verão, permanecendo no local durante um período de quatro a sete dias. Os principais motivos das viagens desse grupo são: recreação e entretenimento, bailes de salão ou folclóricos, lazer ou férias, convívio social e fazer novas amizades

durante a viagem. A pesquisa também identificou que esse segmento está disposto a pagar até R\$ 200,00 por suas viagens de lazer, com duração de um a três dias. Para passeios de oito a 15 dias, ou mais, dispõem-se a pagar até R\$ 2.000,00 (WAECHTER; 2005).

Por ter mais tempo livre esse grupo pode viajar em diferentes períodos do ano buscando as vantagens oferecidas por pacotes para viagens em períodos de baixa temporada. Promover jogos regionais entre grupos variados de idosos, utilizando um sistema alternativo de hospedagem (Clubes, Albergues, SESC, SESI), também atrai muitos adeptos.

Capacitar o pessoal de atendimento ao público nos hotéis, pontos de apoio, entre outros, é outro aspecto importante para o desenvolvimento do turismo. Realizar cursos de treinamento para guias, motoristas, recepcionistas, camareiras, garçons, entre outras funções para saber como lidar com pessoas idosas, também agrega valor à atividade.

Deve-se dispor de um atendimento bilíngüe ou trlíngüe – lembrar que, em situação de queda ou mal súbito, os turistas estrangeiros, notadamente os idosos, podem ter dificuldade em entender outra língua que não seja a língua pátria.

Deve-se disponibilizar a lista dos funcionários dos hotéis que prestam atendimento aos hóspedes em outras línguas, com seus respectivos ramais telefônicos.

Nos restaurantes indicados durante os passeios, o cardápio deve conter opções de alimentos leves, com pouco sal, sem açúcar, mais adequados às dietas das pessoas com pressão alta ou diabéticas. A quebra de rotina e a localização geográfica ou climática do ambiente podem causar distúrbios, como enjôos, desarranjos intestinais. Nas acolhidas com coquetel de boas-vindas, deve-se ter a opção não-alcoólica e sem açúcar, para os diabéticos ou para quem está de dieta.

As condições do ambiente do hotel podem ser determinantes para a satisfação dos hóspedes idosos. Ter balcão de atendimento com altura para que uma pessoa possa fazer o *check-in* ou *check-out* sentada, e assinar um cheque ou qualquer outro documento com conforto.

Criar, na área social dos hotéis e nos pontos de parada, um espaço mais tranquilo, no qual as pessoas possam conversar sem muitas interferências, fora das áreas de circulação, e que disponha de poltronas com braços para facilitar o uso por pessoas com mobilidade reduzida.

É bastante comum as pessoas ficarem desorientadas em espaços que não conhecem direito. Deve-se sinalizá-los, para evitar que os hóspedes fiquem cansados e nervosos, ao circular de um lado para o outro à procura de informações. Iluminação intensa nos corredores e nas demais áreas de circulação noturna, a numeração dos apartamentos – bem visíveis e em Braille –, bem como formulários e folhetos com tipografia ampliada, complementam a sinalização.

Turismo como fonte de trabalho para o idoso

Para criar uma identidade turística local, resgatando a cultura da região, capacitar grupos de idosos para apresentarem, aos turistas, o folclore regional, através de teatro, dança e música, e criar oficinas para que pessoas idosas talentosas em algum artesanato ensinem os mais jovens, valorizando a arte local e garantindo a preservação do ofício.

Um turismo inclusivo, que proponha o aproveitamento das pessoas idosas que vivem em regiões turísticas para que participem dessa atividade, como acontece, por exemplo, no projeto **Vovô sabe tudo**, desenvolvido em Santos/SP, estância turística localizada no litoral paulista, onde o idoso é o contador da história da cidade para os turistas (DUARTE; 2005).

O projeto oferece trabalho às pessoas com mais de sessenta anos; pessoas que precisam de uma renda e possuem alguma habilidade específica. Surgiu de parceria entre a Secretaria de Esportes e Turismo e a Secretaria de Ação Comunitária e Cidadania, com a proposta de resgatar a capacidade produtiva dos idosos e a de proporcionar a interação com outras gerações, ocasião em que os idosos vêem seus conhecimentos valorizados e reconhecidos.

Treinar idosos para trabalharem como recepcionistas em hotéis ou pontos de paradas pode facilitar a aproximação de turistas idosos, deixando-os mais à vontade para obter alguma informação ou apresentar queixa.

Como alternativa de aumentar a renda das pessoas idosas, montar um cadastro daquelas que queiram alugar dormitório de sua residência para turistas, a exemplo do que já existe em outros países.

Conclusão

O Brasil deve lutar pela melhoria das condições básicas de segurança, saúde, educação, lazer para sua população, e, assim, poder criar, desenvolver, comercializar e manter um turismo de melhor qualidade – um turismo inclusivo. Não esquecendo de observar o potencial da população idosa, como usuária ou como mão-de-obra do turismo. Os turistas necessitam dessas condições para que suas expectativas sejam atingidas e levem uma boa imagem do local.

Bibliografia

¹ FREITAS, Elizabeth . at alii. **Tratado de geriatria e gerontologia**. Rio de Janeiro: Guanabara & Koogan, 2002. 1.187 p.

² SABE – SAÚDE, BEM-ESTAR E ENVELHECIMENTO. **O projeto sabe no município de São Paulo: uma abordagem inicial/** Maria Lúcia Lebrão, Yeda de Oliveira Duarte. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2003. 255p. Ilustrado.

³ IBGE. **Perfil dos idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil 2000**, Departamento de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2002. 99p.

⁴ MORAGAS, Ricardo Moragas. **Gerontologia social: envelhecimento e qualidade de vida**. Prólogo de Juan J. Liniz; tradução Nara C. Rodrigues. São Paulo: Paulinas, 1997. (Sociologia atual)

⁵ Atividades Básicas de Vida Diária (ABVD) – envolvem as atividades de autocuidado, como alimentar-se, banhar-se, vestir-se, arrumar-se, mobilizar-se, manter controle sobre suas eliminações, deambular.

⁶ Atividades Instrumentais de Vida Diária (AIVD) – indicam a capacidade de um indivíduo em levar uma vida independente dentro da comunidade como, por exemplo, realizar compras, manipular medicamentos e administrar as próprias finanças, utilizar meios de transporte, etc.

⁷ DUARTE, Yeda de Oliveira. Desempenho funcional e demandas assistenciais. In SABE – Saúde, Bem-estar e Envelhecimento – O projeto Sabe no município de São Paulo: uma abordagem inicial/ Maria Lúcia Lebrão, Yeda de Oliveira Duarte. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2003. p.185 – 200.

⁸ PROSPERO, Daniele. **Turismo pode ser ferramenta para o desenvolvimento sustentável**. Disponível em: www.ipea.gov.br/asocial/ . Acesso em: 6 nov. 2005.

⁹ DE LA TORRE, Oscar. **El turismo: fenómeno social**. 2. ed. México: 1 Ed. Fondo de Cultura Económica, 1997, p.19.

¹⁰ WAECHTER, Darci Junior . **Perfil, preferências e motivações da terceira idade em relação a viagens de lazer**. Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/pref-3idade-2.html> . Acesso em: 17 out. 2005.

¹¹ DUARTE, Neide. **Idosos** (Santos / SP). Disponível em: www.tvcultura.com.br/caminhos/13idosos/idosos2.htm . Acesso em: 7 nov. 2005.

GT: Turismo e Geração – Jovens e Idosos

Perguntas orientadoras:

1. Como promover a inserção de jovens e idosos pela prestação de serviço turístico?

O Ministério do Turismo, para promover a inserção de *jovens* pela prestação de serviço, no âmbito de suas competências deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

- a) **produção e difusão de informações e conhecimentos sobre o trabalho da juventude e do idoso no turismo:**

Recomendações Operacionais

- instituir bolsas, prêmios e concursos voltados para apoio ao desenvolvimento e edição de estudos e pesquisas sobre o trabalho do jovem e do idoso no turismo;
- incluir, nos bancos de dados do Ministério do Turismo e da EMBRATUR, produções sobre turismo social, trabalho jovem e trabalho sênior;
- criar e fomentar um centro virtual de excelência em turismo social com a participação de jovens e idosos;
- viabilizar parceria e cooperação do Ministério do Turismo e o Bureau International du Tourisme Social – BITS

b) ordenamento, normatização e regulação do turismo social:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• criar lei de incentivo fiscal ao turismo social;• viabilizar a revisão da legislação de cooperativismo, de maneira a simplificá-la e permitir a participação de empreendedores jovens e de idosos;• viabilizar a revisão das normas da atividade turística visando incorporar os princípios da sustentabilidade, da economia solidária e do voluntariado, especialmente para jovens e idosos.

c) promoção do empreendedorismo:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• realizar campanhas para disseminação do empreendedorismo jovem e sênior e dos princípios do turismo social;• viabilizar incentivos e apoio financeiro específico às iniciativas de empreendedorismo jovem e sênior (linhas de crédito, fundos não reembolsáveis, feiras de negócio, o SIMPLES para as cooperativas etc.);• incentivar e viabilizar a formação de uma rede de empreendedores jovens e de idosos no turismo;• viabilizar apoio e suporte técnico (legal, administrativo e científico);

d) ampliação das oportunidades de trabalho:

Recomendações Operacionais

- estudar, organizar e viabilizar sistema de hospedagem – do tipo aluguel de quartos – para visitantes nas residências de idosos;
- desenvolver campanhas de esclarecimento aos idosos e aos trabalhadores em geral, sobre direitos e deveres previdenciários, sistema de contribuição e alíquotas diferenciadas, de forma a garantir benefícios àqueles que não estejam protegidos pelo sistema e não tenham condições de contribuir;
- promover o reconhecimento do tempo de trabalho em regime de economia familiar para efeito de aposentadoria no turismo rural;
- promover a sensibilização da sociedade civil para a valorização da pessoa idosa nos seus estatutos, oportunizando-lhe a participação nos seus diferentes espaços;
- garantir a intersetorialidade e a interdisciplinaridade na execução dos programas, projetos e ações voltados para a pessoa idosa, incluindo a parceria com a sociedade civil e dando visibilidade ao papel dos Conselhos de Direitos da Pessoa Idosa.
- promover e incentivar a geração de postos de trabalho no período de alta ocupação no turismo. Exemplo: França, jovens na colheita da cereja;
- sensibilizar empresários e prestadores de serviços quanto ao trabalho com os jovens e idosos.

e) qualificação e capacitação para o trabalho na atividade turística:

<i>Recomendações Operacionais</i>	
<ul style="list-style-type: none">• promover ações de capacitação (legislação, administrativo, gerenciamento e técnico);• viabilizar a qualificação e capacitação (restauração, reforma, ampliação das instalações e dos equipamentos) com o estabelecimento de parcerias com organizações de jovens e idosos.	

f) valorização do idoso:

<i>Recomendações Operacionais</i>	
<ul style="list-style-type: none">• coibir a veiculação na mídia de matérias que estigmatizem a pessoa idosa;• criar um símbolo padrão para identificação de espaços públicos reservados ao idoso, que não estimule o preconceito, nos equipamentos utilizados para fins turísticos;• promover amplas e contínuas campanhas educativas e publicações sobre as contribuições das pessoas idosas para a sociedade e sobre o combate à violência contra elas, em todas as esferas de governo;• promover amplas e contínuas campanhas e publicações valorizando o idoso, o seu envelhecimento ativo, seus direitos, respeitando as diversidades locais e regionais;• estimular e viabilizar ações para incentivar os idosos a viajar com qualidade;• incentivar o cumprimento da legislação de proteção ao idoso pelo setor de turismo.	

g) adequação e valorização dos espaços físicos para os idosos:

Recomendações Operacionais

- criar selo de acessibilidade da pessoa idosa para estimular a construção de equipamentos acessíveis e a valorização futura do imóvel;
- promover a garantia do acesso do idoso a prédios públicos e áreas urbanas nos destinos turísticos de acordo com as normas técnicas da ABNT;
- garantir que os planos turísticos contemplem a construção, nos pontos de ônibus intermunicipais e em outros terminais de transporte coletivo, de abrigos com assentos e proteção contra intempéries;
- garantir que os destinos turísticos cumpram a legislação que trata da adequação dos dispositivos de trânsito – temporização/sonorização, sinalização/adaptação de vias e edificações públicas – para acesso seguro das pessoas idosas;
- sensibilizar o setor de transporte de turismo e transporte coletivo sobre os direitos da pessoa idosa e o cumprimento da legislação pertinente.

Turismo e Acessibilidade

Verônica Camisã*

1. Introdução ao turismo inclusivo

À medida que a indústria do turismo se desenvolve mundialmente, o cliente dessa atividade exige serviços de qualidade cada vez maior, e, dentre as conseqüências da internacionalização do mercado turístico brasileiro, está o aumento de competência, bem como das necessidades e expectativas dos usuários.

Dentre as demandas em crescimento no turismo, se assinala a busca por acessibilidade, portanto, será importante prover à indústria turística informações que possam incrementar o reconhecimento das necessidades dos clientes, nos níveis local, nacional e internacional.

Conforme relatado no trabalho *Disability & Freedom of Movement*, produzido por um conjunto de instituições européias (ALPE, CO.IN, CNAD, CNRH, INFO-HANDICAP, MI, MOBILITY INTERNATIONAL), um grupo de peritos britânicos, em 1989, publicou um relatório intitulado “Turismo para Todos”, resultante de um Congresso organizado no Reino Unido. Este relatório produziu uma série de recomendações destinadas à indústria do turismo, instando-a a ter em consideração, nos respectivos programas, as necessidades de todas as pessoas, especialmente dos grupos com desvantagem, para que todos fossem abrangidos pelas políticas de turismo.

* Arquiteta, Coordenadora do Setor de Acessibilidade do Centro de Vida Independente do Rio de Janeiro – CEV-RIO; Vice Presidente do ICTA – *International Commission on Technology and Accessibility* da América Latina, e consultora do Banco Mundial entre outros.

Conseqüentemente, as organizações européias e americanas seguiram a tendência manifestada pelo Reino Unido ao trabalharem temas semelhantes. Assim, o *“Turismo para Todos”* depressa atingiu nível internacional: *“Tourism pour Tous”*, *“Tourismus fur Alle”*, *“Turismo per Tutti”* and *“Tourism for All”*. A estrutura comum a todos e a filosofia do conceito estavam relacionadas com a *“Qualidade”*, passando também a ser referido como *“Turismo de Qualidade”*, e, a partir de campanhas de sensibilização de largo espectro, tomaram-se em conta as necessidades dos clientes sempre que o fator qualidade estiver em causa. Com o desenvolvimento dos conceitos de inclusão, passamos a nos referir ao *Turismo para Todos* como *Turismo Inclusivo*.

2. Do especial ao universal

A acessibilidade é hoje considerada como um quesito a mais na qualidade, que atende às necessidades de segurança e conforto das pessoas em geral. A consciência da importância da acessibilidade, tem crescido de forma significativa na última década no Brasil, refletindo-se este resultado na legislação, nas políticas públicas e nos costumes.

Na última década, investimentos políticos e financeiros consideráveis têm sido feitos por governantes de inúmeras cidades em todo o mundo, visando a um meio urbano *“mais acessível”* para toda a população. No Brasil, as iniciativas atentas a este tema também têm se multiplicado, tornando-se, em alguns casos, uma preocupação na pauta das políticas públicas.

Ao longo das décadas de 1980 e 1990 vimos a idéia de *eliminação de barreiras arquitetônicas para atender a pessoas com deficiência* tomar um sentido mais amplo, e absorvida então na concepção de um *“Desenho Universal”*, passou a somar-se a outros aspectos essenciais do direito urbano e das políticas de inclusão social.

O novo conceito se fez relevante devido ao reconhecimento de que grande parte da população mundial não se ajusta ao modelo para o qual estamos acostumados a projetar os espaços públicos e edificações, já que estes ignoram as necessidades das pessoas idosas, obesas, de estatura excessivamente alta ou baixa (inclusive crianças), mulheres ao final da gestação e pessoas com limitações motoras ou sensoriais.

Assim, o *Desenho Universal* visa atender a maior gama possível de pessoas, planejando espaços com dimensões apropriadas para interação, alcance e uso de produtos em geral, independentemente do tamanho, postura ou mobilidade do usuário; reconhece e respeita a diversidade física e sensorial entre as pessoas e as modificações pelas quais passa o nosso corpo, desde a infância até a velhice.

Para se criar um bom produto, deve-se observar *quem* vai utilizá-lo, a fim de realizar-se um projeto inclusivo, e melhor será a qualidade do turismo, ao levar-se em conta a acessibilidade do projeto, não apenas arquitetônico, mas das rotas, transportes, o trato apropriado, informação e comunicação, dentre outros.

3. A demanda na América Latina

Segundo estimativa da Organização das Nações Unidas (ONU), entre 7% e 10% da população mundial são constituídos por pessoas com deficiências. O informe do ano de 2002 da Organização Pan-americana de Saúde (PAHO/WHO) indica que “a dificuldade com a acessibilidade e mobilidade são os principais problemas que enfrentam as pessoas com deficiência, devido às *barreiras arquitetônicas e urbanísticas* que intensificam a dificuldade

para integração ao mercado de trabalho e a realização das atividades cotidianas.”

Mas esse percentual não pode ser tratado como referente a uma minoria, uma vez que a deficiência de uma pessoa não afeta apenas a sua situação, mas também de sua família e até de sua comunidade, ao longo de sua vida. O número de pessoas direta ou indiretamente afetadas pelas questões que envolvem a deficiência é, portanto, bem mais amplo que tal porcentagem.

Sob o aspecto da população idosa, quanto à média de vida, estima-se que até o ano 2030, 20% da população em termos mundiais, terá idade superior a 65 anos (RATZKA).

Segundo esses dados, a maioria das pessoas chegará à “terceira idade”, e uma porção menor, mas numerosa, sofrerá limitações físicas ou sensoriais que comprometerão sua autonomia. O investimento em acessibilidade se reverterá em garantia de maior independência para alguns e em benefício para todos. Estes números indicam que engenheiros e arquitetos devem seguir atentos ao desenho do meio construído, dado o seu “poder” facilitador ou inibidor de inclusão social.

No quadro seguinte, podemos observar dados que ilustram a magnitude da população com alguma deficiência na região:

Região	População (em milhares)				
	2000	2005	2010	2030	2050
América Latina e Caribe	520.229	558.281	594.436	711.058	767.685
Pessoas com deficiência (10% segundo a OMS)	52.022	55.828	59.443	71.105	76.768

4. Turismo Inclusivo: um promotor de desenvolvimento econômico

Em estudo em andamento no Banco Mundial a respeito do impacto econômico e social do Turismo Inclusivo na região da América Central e Caribe, algumas questões são ressaltadas.

Nos Estados Unidos, estudos de mercado estimam um total de 54 milhões de americanos com deficiência, em 2005, que incluem o significativo aumento da população idosa no país. Eles constituem importante mercado para a sustentabilidade da indústria turística na costa da América Central e do Caribe.

As pesquisas mostram que, a cada sete segundos, um americano faz cinqüenta anos, o que demonstra a urgência de incorporação dos conceitos de “Desenho Inclusivo”, que busca atender às necessidades de pessoas de todas as idades e habilidades, em relação aos diversos níveis do meio construído. Isso é também o que estes e outros turistas de países desenvolvidos esperam encontrar quando saem em viagem.

Pessoas com deficiência e idosos são atualmente alvos do avanço do turismo global. À medida que esse desenvolvimento cresce, torna-se grande o interesse em *como* criar locações e passeios acessíveis e desenvolver atividades turísticas acessíveis, no esforço de aumentar uma ampla participação social.

O Turismo Social é um mercado em rápido crescimento na América Latina, permitindo um significativo aumento de oportunidades para setores da população que não possuíam possibilidade de viajar anteriormente, dentre estes os idosos. A relação entre envelhecimento e deficiência é hoje em dia amplamente reconhecida e o “enfoque do turismo social”

implica automaticamente a inclusão da acessibilidade e do desenho inclusivo nos serviços e na infra-estrutura, de forma a incorporar a população idosa.

Os seguintes benefícios são considerados como resultantes do processo de Turismo Inclusivo:

- Maiores divisas para os países.
- Melhores negócios para o setor privado.
- Melhorias no desenvolvimento das comunidades locais.
- Melhora na infra-estrutura e qualidade de vida da população em geral.
- Novas oportunidades de trabalho para as pessoas com deficiência da região.
- Conseqüente redução da pobreza.

Ações específicas precisam ser identificadas e implementadas para o desenvolvimento do turismo com finalidade social:

- Definição de políticas sociais de turismo.
- Criação de infra-estruturas.
- Treinamento de pessoal para suporte ao turista com necessidades especiais.
- Incentivo a pequenas iniciativas, como parte da estratégia global.

5. Acessibilidade de áreas tombadas

Em todo o mundo, vem-se buscando assegurar o acesso de todos aos bens de valor histórico e cultural. A acessibilidade tem sido inserida como um item dentre os demais nestes casos, tais como instalação de água ou iluminação, estudada cuidadosamente, para preservação do bem. Os edifícios

preservados pelo patrimônio histórico devem buscar atender aos quesitos de acessibilidade, sempre em parceria com a instituição oficial responsável pela preservação do patrimônio histórico local.

6. O suporte da Legislação Federal para a acessibilidade no turismo

A partir de 02 de dezembro de 2004, o Decreto Federal nº 5.296 passou a regulamentar importantes quesitos referentes à acessibilidade em todo o Brasil.

Dentre as *Condições Gerais para Implementação da Acessibilidade* do decreto, ressaltamos duas que, por seu caráter amplo, nos dão uma idéia do quanto devemos avançar no campo da acessibilidade no país nos próximos anos, e inclusive em relação ao turismo. Reproduzimos aqui parte do texto:

“A concepção e a implantação dos projetos arquitetônicos e urbanísticos devem atender aos princípios do desenho universal, tendo como referências básicas as normas técnicas de acessibilidade da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT”

“A construção, reforma ou ampliação de edificações de uso público ou coletivo, ou a mudança de destinação para estes tipos de edificação, deverão ser executadas de modo que sejam ou se tornem acessíveis à pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida.”

Para um melhor entendimento da abrangência das medidas citadas, explicitamos algumas definições sobre os termos mencionados:

- **Acessibilidade:** condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços,

mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida.

- **Desenho universal:** concepção de espaços, artefatos e produtos que visam atender simultaneamente todas as pessoas, com diferentes características antropométricas e sensoriais, de forma autônoma, segura e confortável, constituindo-se nos elementos ou soluções que compõem a acessibilidade.
- **Edificações de uso coletivo:** aquelas destinadas às atividades de natureza comercial, hoteleira, cultural, esportiva, financeira, turística, recreativa, social, religiosa, educacional, industrial e de saúde, inclusive as edificações de prestação de serviços de atividades da mesma natureza.

7. Adaptando o meio existente

Claro, é muito mais fácil projetar prédios acessíveis do que se adaptar um ambiente já pronto. Mas muito pode ser realizado ou melhorado. Muitas vezes, com adaptações simples, conseguem-se grandes soluções e, com o devido cuidado, favorece-se inclusive a estética do ambiente.

A qualidade das adaptações está diretamente ligada à segurança e ao conforto que proporcionam aos usuários: rampas com inclinações suaves; capachos nivelados e embutidos no piso; corrimãos bem fixados; pisos táteis para sinalizar desníveis, entre outras adaptações. Ou seja, a criação de rotas acessíveis, que assegurem percursos sem interrupções, interligando as áreas utilizadas pelos moradores ou visitantes.

No caso de instalações hoteleiras, o ideal é que essas rotas levem as pessoas desde a entrada principal até seu apartamento, ou até as demais áreas de uso comum, com autonomia.

8. Recomendações para a Acessibilidade

Não há sentido em se oferecer produtos turísticos que não poderão ser desfrutados por diversos dos clientes. A seguir, selecionamos algumas recomendações bastante usuais para tornar-se um meio físico mais acessível. A maioria delas é citada como exigência para acessibilidade, Decreto Federal nº 5.296:

Entradas e circulações

- Os caminhos e passagens nos edifícios devem ser completamente acessíveis a todas as pessoas. As ligações e os acessos – entrada social, salas de refeição, auditórios, estacionamentos e demais áreas de circulação – não devem ser interrompidos por degraus, desníveis, ou vãos muito estreitos.
- Todas as entradas devem ser acessíveis, de forma a não desviar a pessoa para um percurso que não seja o mais adequado.
- O mais adequado é que as entradas das edificações não apresentem desnível em relação às calçadas.
- Um piso rígido e homogêneo é de grande ajuda para pessoas com mobilidade reduzida.
- Tapetes muito grossos e fofos trazem grande dificuldade para o deslocamento de uma cadeira de rodas, assim como pavimentação externa irregular, feita com areia, pedriscos ou paralelepípedos.

- Capachos, tapetes e carpetes deverão ter suas bordas firmemente fixadas ao piso. Os capachos devem estar preferencialmente embutidos e nivelados com o piso.
- Pisos muito polidos e escorregadios podem causar quedas e acidentes e devem ser evitados. O ideal é o uso de pisos antiderrapantes.
- Os caminhos nos jardins, com piso de lajotas de pedras devem ser planos, bem nivelados e com juntas bem estreitas.
- A colocação de corrimãos nas escadas ajuda as pessoas com dificuldades de caminhar, como idosos e crianças pequenas, a utilizá-las com maior autonomia e segurança. As escadas e rampas devem ter corrimão por toda a extensão, nos dois lados, incluindo os patamares.
- Portas de entrada e de elevadores muito pesadas dificultam, e às vezes impedem, que pessoas com equilíbrio debilitado (idosos) ou com pouca força possam abri-las. As molas de controle das portas devem ser ajustadas de forma a torná-las mais leves.

Rampas

- Em todos os desníveis deve haver rampas de acesso, com inclinação suave, sempre de acordo com as normas técnicas da ABNT. Rampas muito inclinadas se tornam escorregadias e são muito perigosas para todos, principalmente para as pessoas que usam muletas ou cadeiras de rodas.
- Na construção de uma rampa, quanto maior for o desnível a ser vencido, maior terá que ser o seu comprimento. A tabela que indica as dimensões

corretas para a construção de rampas está disponível na NBR 9050 – Norma Brasileira de Acessibilidade de Pessoas Portadoras de Deficiências a Edificações, Espaço, Mobiliário e Equipamento Urbanos, da ABNT.

- As rampas devem ser fixas e definitivas. O uso de peças removíveis, que precisam ser recolocadas a todo o momento, é incômodo para quem as manuseia e constrangedor para quem necessita dessas adaptações.
- Quando há degraus no *hall* da entrada ou recepção pode acontecer de faltar de espaço para se fazer uma rampa adequada. Nesse caso, deve-se utilizar a ajuda de equipamentos eletromecânicos, pequenas plataformas que correm verticalmente ou ao longo da escada, como se fossem minielevadores.
- O espaço utilizado por uma escada nunca será suficiente para fazer uma rampa em seu lugar. Ficaria muito íngreme, deslizante, e não permitiria sua utilização por uma pessoa em cadeira de rodas, por exemplo. É um engano comum pensar que o uso da área da escada para fazer um plano inclinado sobre ela seria a solução para o acesso.

Pisos táteis e contrastes

O que é piso tátil?

A pessoa com deficiência visual costuma guiar-se com auxílio de bengala e percebe as mudanças de ambiente através do contato com o piso e paredes, por sua textura e relevos. Por isso, é necessário o uso de sinalização tátil no chão. São faixas com superfície texturizada e diferente da usada no piso do local, para serem percebidas com mais facilidade pelos pés e pela bengala.

- O piso tátil de alerta serve para avisar às pessoas cegas ou com pouca visão (que apenas enxergam vultos) da existência de desníveis, como escadas e rampas. Para pessoas que enxergam pouco é importante que o piso tátil seja de uma cor que contraste com a cor do piso à sua volta, facilitando sua orientação.
- Para alertar pessoas com pouca visão sobre a existência de degraus, rampas ou desníveis deve ser instalada uma faixa de piso de material e cor diferentes das do piso do local.
- Cor de portas contrastando com a cor das paredes proporcionam melhor orientação para pessoas com pouca visão.

E mais

- Os balcões de atendimento e as bilheterias em edificação de uso público ou de uso coletivo devem dispor de, pelo menos, uma parte da superfície acessível para atendimento às pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, conforme os padrões das normas técnicas de acessibilidade da ABNT.
- Está garantida pelo Decreto Federal nº 5.296, a entrada e permanência de cães guias que acompanham pessoas cegas, nos edifícios de uso público e de uso coletivo, mediante apresentação da carteira de vacina atualizada do animal, inclusive nas áreas sociais. Estes cães são especialmente treinados, não sujam e não incomodam as pessoas. Eles são uma ajuda indispensável aos cegos e inseparáveis deles, assim como é uma bengala ou outra ajuda técnica para quem dela necessita.

- Todas as portas devem ter largura mínima de 0,80m (oitenta centímetros), permitindo a passagem de cadeiras de rodas e de carrinhos de bebê.
- Maçanetas do tipo alavanca são mais fáceis de manusear.
- Os interruptores, comandos, interfonos, botões etc. devem estar a uma altura entre 0,80m (oitenta centímetros) e 1,20m (um metro e vinte centímetros) em relação ao piso.
- A calçada sem carros estacionados e sem plantas que dificultem a passagem das pessoas é um ideal a ser perseguido por todos.
- Muitas vezes, as portas inteiramente de vidro transparente não são percebidas por pessoas apressadas ou que não enxergam bem e se chocam direto com o vidro. A instalação de uma faixa opaca e bem visível, em toda a extensão da largura da porta, na altura da maçaneta, diminui o risco de acidente mais grave.
- As cabines dos elevadores, com dimensões mínimas de 1,10m (um metro e dez centímetros) por 1,40m (um metro e quarenta centímetros), devem ter um espelho na parede oposta à porta para que se possa ver bem a indicação dos andares.
- O painel interno nos elevadores deve ter sinalização em Braille, junto aos botões de marcação dos andares.
- Nas portas de elevador, em cada pavimento, a sinalização indicativa do andar deve ser feita com números em relevo, para facilitar a orientação da pessoa cega.
- Junto aos botões de chamada, em cada pavimento, deve haver o número do andar em relevo.

- Os números nas portas dos apartamentos devem ser preferencialmente em relevo, para facilitar a orientação da pessoa cega.
- Nas áreas molhadas, em torno de piscinas, e em áreas externas descobertas, o piso deve ser antiderrapante para evitar acidentes.

Banheiros de uso comum

Nas edificações de uso coletivo já existentes, onde haja banheiros destinados ao uso público, os sanitários preparados para o uso por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida deverão estar localizados nos pavimentos acessíveis, ter entrada independente dos demais sanitários, se houver, e obedecer às normas técnicas de acessibilidade da ABNT.

- Os banheiros das áreas de recreação devem permitir seu uso por todos, inclusive por pessoas em cadeira de rodas.
- As portas dos banheiros, assim como todas as outras, devem ter largura mínima de 0,80m (oitenta centímetros) e maçanetas do tipo alavanca.
- Nas portas dos banheiros deve ser instalada uma barra horizontal, para facilitar seu fechamento por pessoas em cadeira de rodas.
- No caso de vasos sanitários em boxes, deve haver um espaço para transferência junto ao vaso, com área mínima de 1,50m por 1,70m (um metro e meio por um metro e setenta centímetros), em um dos boxes.
- Junto ao vaso sanitário devem ser instaladas barras horizontais de apoio e transferência. As barras devem estar colocadas em um dos lados e atrás do vaso

sanitário. O outro lado deve ficar livre para permitir a aproximação e a transferência de uma pessoa em cadeira de rodas.

- As pias suspensas, sem colunas ou gabinetes, devem ser fixadas a uma altura de 0,80m (oitenta centímetros) do piso, com altura livre (embaixo) de 0,70m (setenta centímetros). O sifão e a tubulação devem estar situados a 0,25m (vinte e cinco centímetros) da face externa frontal e ter dispositivo de proteção.
- No caso de incêndio ou emergência, para maior segurança de todos, quando a rota de fuga incluir escadas de emergência, devem ser reservadas áreas de resgate para cadeira de rodas, ventiladas e fora do fluxo principal de circulação. As rotas devem ser sinalizadas e iluminadas com dispositivo de guia, instalados a 40cm (quarenta centímetros) do piso.

Unidades acessíveis de alojamento

- Em todo estabelecimento hoteleiro, deverão estar alocadas unidades de alojamento acessíveis, em número compatível com as normas de turismo e legislação locais.
- Os quartos ou apartamentos dados como acessíveis deverão incorporar todos os requisitos da NBR 9050, da ABNT.

Banheiros nas unidades de uso privado

- Os banheiros localizados nas unidades acessíveis das instalações hoteleiras, deverão atender a todas as especificações técnicas da NBR 9050, da ABNT.

Estacionamentos

- Nos estacionamentos externos ou internos das edificações de uso público ou de uso coletivo, ou naqueles localizados nas vias públicas, serão reservados, pelo menos, 2% do total de vagas para veículos que transportem pessoa portadora de deficiência física ou visual definidas neste decreto, sendo assegurada, no mínimo, uma vaga, em locais próximos à entrada principal ou ao elevador, de fácil acesso à circulação de pedestres, com especificações técnicas de desenho e traçado conforme o estabelecido nas normas técnicas de acessibilidade da ABNT.
- As vagas especiais deverão ser adequadamente sinalizadas, vertical e horizontalmente, e nas dimensões indicadas na norma NBR 9050, da ABNT.

Da acessibilidade aos bens culturais imóveis

- As soluções destinadas à eliminação, redução ou superação de barreiras na promoção da acessibilidade a todos os bens culturais imóveis devem estar de acordo com o que estabelece a Instrução Normativa nº 1 do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, de 25 de novembro de 2003.

Do acesso à informação e à comunicação

- Garantir que os telefones de uso público contenham dispositivos sonoros para a identificação das unidades existentes e consumidas dos cartões telefônicos, bem como demais informações exibidas no painel destes equipamentos.

Recomendação geral

- Em obras novas, em construção ou por construir, devem-se incorporar todas as recomendações das Normas Brasileiras de Acessibilidade, NBR 9050 da ABNT.

9. Da acessibilidade aos serviços de transportes coletivos

Os sistemas de transporte coletivo são considerados acessíveis quando todos os seus elementos são concebidos, organizados, implantados e adaptados segundo o conceito de desenho universal, garantindo o uso pleno com segurança e autonomia por todas as pessoas.

A infra-estrutura de transporte coletivo a ser implantada a partir da publicação do Decreto Federal nº 5.296 deverá ser acessível e estar disponível para ser operada de forma a garantir o seu uso por pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Os responsáveis pelos terminais, estações, pontos de parada e os veículos, no âmbito de suas competências, assegurarão espaços para atendimento, assentos preferenciais e meios de acesso devidamente sinalizados para o uso das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

10. Aspectos da diversidade

Algumas pessoas apresentam suas diferenças de um modo mais concreto e visível, revelando em seu corpo estes sinais, como as pessoas com deficiência física. Há os que apresentam diferenças sensíveis em relação a seus sentidos, como as pessoas com deficiências visuais ou auditivas e

outras, que apresentam diferenças em sua capacidade de compreender e aprender, como as pessoas com deficiências mentais.

Muitas vezes o fator mais limitante não está nas deficiências e, sim, nas condições desfavoráveis encontradas no meio edificado. São obstáculos de todo o tipo, como as barreiras físicas, da comunicação e comportamentais que limitam sua capacidade de ir e vir, de comunicar-se ou de relacionar-se com os demais.

A deficiência não significa doença. O meio pode aumentar o impedimento gerado por uma deficiência ou torná-la quase sem importância em determinado contexto. As pessoas com deficiência devem ter asseguradas as mesmas oportunidades das demais, a mesma possibilidade de deslocar-se e de escolha de locais. São consumidores e esperam ser tratados com a mesma dignidade e respeito, tendo garantido seu acesso a edifícios, ao lazer, ao transporte, à informação e ao direito de viajar.

O conhecimento do grau de acessibilidade dos pontos turísticos e estabelecimentos pode ajudar a indústria turística local a determinar que atitudes adotar para facilitar a visita de pessoas com deficiência.

11. Facilitando a estadia do cliente através do meio físico acessível

Esta questão diz respeito, em especial, à gestão hoteleira e ao pessoal, uma vez que são os que alojarão o visitante com deficiência ou limitação. Portanto, é da maior importância que proporcionem aos seus hóspedes com alguma necessidade especial o máximo de autonomia e de independência.

Com alguns conselhos práticos e técnicos a estadia desse hóspede poderá ser consideravelmente facilitada. Caso o hotel disponha de alguns equipamentos e tecnologia para assistência, o pessoal deverá saber utilizá-los.

Podemos identificar algumas ações simples, mas importantes para a recepção dos hóspedes, em geral, e fundamental para pessoas com deficiência.

Circulação

- Disponibilizar estacionamento específico perto da entrada.
- Solicitar a um funcionário que estacione o veículo.
- Não utilizar carpetes nas circulações.
- Estabelecer uma entrada fácil e direta, com porta normalizada (não usar porta giratória).
- Remover os obstáculos e mobiliário das circulações.
- Equipar todas as escadas com corrimãos e instalar rampas adequadas como opção do percurso.
- Utilizar materiais não refletivos nos pisos e nas paredes para que se evite uma percepção falsa às pessoas com deficiência visual.

Quartos

- Esteja preparado para remover ou deslocar uma peça de mobiliário para facilitar a circulação, caso seja necessário.

Portas

- Devem ter uma largura de, pelo menos, 75cm, sendo a medida ideal a de 90cm para os usuários de cadeiras

de rodas. Caso seja necessário, a porta do banheiro pode ser removida.

Elevadores e escadas

- No elevador, os botões de sinalização devem fornecer a informação em Braille e devem estar em relevo.

Banheiros

- O banheiro acessível deve permitir sua utilização por uma pessoa em cadeira de rodas: devem ser observadas as larguras das portas, espaço para manobra, as barras de apoio junto ao vaso e chuveiro. A situação ideal é um chuveiro sem ressalto no piso.
- Contar com uma cadeira de banho, disponível sob solicitação do hóspede.
- O lavatório deve estar a uma altura acessível ao usuário de cadeira de rodas e com a área abaixo livre de obstáculos.

Segurança

- Para as pessoas surdas é de importância crucial serem informadas quando soa o alarme de fogo: caso não haja equipamento especial, o pessoal deve saber quais os quartos ocupados por pessoas surdas.
- As pessoas com deficiência podem necessitar de ajuda nas situações de emergência; portanto, torna-se importante fornecer aos funcionários do hotel uma lista dos quartos ocupados por hóspedes com deficiência.
- O pessoal deve ser treinado para atender a situações de emergência.

Restaurante

- Em restaurantes *self-service*, o pessoal deve oferecer ajuda para acompanhar as pessoas com deficiência, de forma que possam servir-se adequadamente.
- No caso de restaurantes com assentos fixos à mesa, deve ser reservado um espaço onde a disposição dos assentos não seja rígida, para acomodação de usuários de cadeira de rodas.

Comunicação

- A informação geral sobre os serviços deve ser disponibilizada em versão aumentada, em audioteipes e em Braille.
- As cabines telefônicas devem ser acessíveis.
- A recepção deve dispor de um telefone de texto para pessoas surdas.
- As instruções sobre segurança devem estar a uma altura acessível.
- No diálogo com uma pessoa cega, passe-lhe as informações disponíveis ou de que possa necessitar.
- No caso de um hóspede cego e desacompanhado, faça um *tour* acompanhando-o ao interior de seu apartamento, mostrando o acionamento e localização dos equipamentos (ar refrigerado, rádio, televisor etc.).
- Ao comunicar-se com uma pessoa surda, não se esqueça de que pode escrever o que tem a comunicar-lhe.

12. Como fornecer a informação correta ao cliente

Para se prestar um serviço de qualidade, torna-se necessário ter um conhecimento fundamental das necessidades geradas por diversas das deficiências. Há certos setores na indústria turística que, se adequadamente orientados e informados, poderão oferecer um salto de qualidade na recepção dos turistas com deficiência.

A seguir, citamos algumas recomendações de procedimentos elaboradas no estudo *Disability & Freedom of Movement*, produzido em conjunto por diversas instituições europeias, e que buscam contribuir para que se ofereçam informações corretas a esses clientes no turismo.

Para os funcionários de atendimento de agências de viagens

- Contatar agências de viagens especializadas, empresas de transportes (aéreas, ferroviárias), hotéis, agências de turismo;
- Proceder, em colaboração com organizações de pessoas com deficiência, a uma avaliação da credibilidade e qualidade da informação.
- Dirigir-se a centros de informação, verificar a data, se está tudo em ordem e com o visto dos órgãos responsáveis.
- Ao marcar a viagem aérea para passageiros com mobilidade reduzida, não se coibir de fazer perguntas sobre sua necessidade, a utilização dos sanitários etc.

Para as agências e guias de turismo

- Conhecer as atrações turísticas e as disponibilidades existentes neste campo para pessoas com necessidades especiais.
- Adaptar itinerários turísticos especiais que venham ao encontro das necessidades do cliente e conhecer outras alternativas.
- Ter conhecimento de outros lugares de interesse (museus acessíveis, lugares apropriados a pessoas cegas, jardins aromáticos etc.).
- Ter conhecimento de lugares acessíveis e adequados a pessoas com visão parcial etc.
- Conhecer as ofertas existentes na área do lazer: desporto, restaurantes, praias, e possibilidade de arrendamento de ajudas técnicas.
- Informar-se se as estruturas existentes foram localmente vistoriadas.
- Trocar informações com as organizações de pessoas com deficiência.

Para o pessoal das companhias de transporte

- Ter conhecimento sobre a respectiva companhia, estações, terminais, portos, companhias aéreas e os serviços que oferecem.
- Ter conhecimento das normas que regulamentam o transporte das pessoas com deficiência na respectiva companhia.

Para o pessoal de hotelaria

- Ter conhecimento do grau de acessibilidade do respectivo hotel.
- Manter bom contato com as agências de turismo para obter informação sobre pontos turísticos, museus etc. acessíveis.

13. Informações técnicas sobre acessibilidade

Recomendações mais detalhadas para facilitar o acesso de pessoas portadoras de deficiências constam das normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

A NBR 9050 – Norma Brasileira de Acessibilidade de Pessoas Portadoras de Deficiências a Edificações, Espaço, Mobiliário e Equipamentos Urbanos encontra-se à venda nas agências regionais da ABNT.

14. Conclusão

Durante o “ Congreso Ocio, Inclusión y Discapacidad”, celebrado em Bilbao, em julho de 2003, foi produzido pelos participantes, um *Manifiesto pelo Lazer Inclusivo*. Nas conclusões desse documento, estão assinaladas algumas diretrizes, que consideramos fundamentais e que ratificamos como a serem desenvolvidas junto aos profissionais do turismo.

- A atualização de conceitos e enfoques sobre as pessoas com deficiência.
- A potencialização do papel do lazer no desenvolvimento pleno das pessoas com deficiência.

- A opção preferencial pelo lazer inclusivo quanto a equipamentos, programas, serviços, produtos e atividades.

Estratégias para um turismo inclusivo

A seguir, encaminhamos sugestão de algumas ações que consideramos adequadas ao incentivo do Turismo Inclusivo e da acessibilidade.

No curto prazo

1. Criar ferramentas para operacionalização de mecanismo de fiscalização ao cumprimento do Decreto Federal nº 5.296 nos estabelecimentos, edifícios e locais vinculados à atividade turística, uma vez que o decreto vigente já condiciona o cumprimento das normas técnicas de acessibilidade NBR 9050, da ABNT, para:
 - . “a aprovação de projeto de natureza arquitetônica e urbanística, de comunicação e informação, bem como a execução de qualquer tipo de obra, quando tenham destinação pública ou coletiva”;
 - . “a outorga de concessão, permissão, autorização ou habilitação de qualquer natureza”;
 - . “a concessão de aval da União na obtenção de empréstimos e financiamentos internacionais por entes públicos ou privados”.
2. Organização de eventos e cursos, com participação de agências governamentais, setor privado e de deficiência, em níveis local e federal, com a finalidade de desenvolvimento de estratégias para atrair o turismo social e inclusivo para a região.

3. Previsão de assessoria técnica ao governo e ao setor privado na área do Turismo Inclusivo.

No médio prazo

1. Realização de guia sobre turismo inclusivo

Elaboração de um guia de referência dirigido aos profissionais de turismo, a fim de analisar as necessidades dos turistas com deficiência e fornecer informação sobre a forma de recebê-los e alojá-los apropriadamente no âmbito das estruturas turísticas.

Recomenda-se que a indústria turística adote uma estratégia de comercialização que tenha em consideração requisitos diferenciados. A concepção de um produto turístico não deve obedecer a um padrão determinado de cliente dado que cada indivíduo tem necessidades diferentes e específicas.

Por outro lado, os profissionais do turismo não são peritos em acessibilidade: vão “vender um produto” que já foi delineado. Deverão, contudo, compreender o que significa um meio físico acessível e o que um cliente com deficiência poderá fazer tendo em vista oferecer-lhe a solução mais adequada a suas necessidades enquanto viaja.

Este guia de referência, com base nas necessidades reais e específicas dos turistas com deficiência, deverá ser considerado como uma recomendação, em nível europeu, na formação de profissionais do turismo – uma formação através da qual as próprias pessoas com deficiência deverão estar ativamente envolvidas no papel de formadores.

O objetivo é conseguir-se uma sensibilização geral dos profissionais do turismo sobre as necessidades específicas dos turistas com deficiência e favorecer sua circulação livre, assim como a sua participação nas atividades turísticas. O

guia deve ser destinado preferencialmente às escolas de hotelaria e à indústria turística como um todo.

2. Nos novos projetos arquitetônicos e empreendimentos turísticos: elaboração de recomendações específicas

Elaborar normas específicas para turismo, para os aspectos significativos de cada projeto, extensivas ao controle na sua execução e manutenção.

3. Na adaptação de locais existentes sem acesso adequado: garantia de rotas acessíveis

Estabelecer prazos para a realização de adaptações para se tornar uma área urbana ou edificações acessíveis. É importante a definição de rotas acessíveis que assegurem percursos sem interrupções, interligando as áreas prioritárias utilizadas pelo público.

No longo prazo

1. Formação em acessibilidade e turismo inclusivo

A intimidade com a questão da deficiência, e uma reflexão maior sobre as diferenças físicas e sensoriais entre as pessoas, costumam acarretar a reformulação pessoal e profissional de uma série de conceitos. Isso sucede em diversas atividades, mas é especialmente importante para a área de arquitetura e planejamento, a cujos profissionais cabe projetar os ambientes e os espaços edificados.

Na maioria das faculdades de arquitetura no Brasil, a questão da acessibilidade não está inserida no currículo. Na maioria delas, os próprios acadêmicos oferecem resistência a essa inserção. Como não receberam essas informações durante sua própria formação universitária, sentem-se inseguros sobre o assunto e portanto inaptos a ensiná-lo. Poucas faculdades

brasileiras oferecem a cadeira de acessibilidade e apenas como matéria optativa.

O mesmo se dá em relação ao Turismo Inclusivo, ainda pouco divulgado no âmbito acadêmico do turismo.

Em longo prazo, a ação que trará maior avanço para que a acessibilidade e o Turismo Inclusivo se instalem como condutas regulares e adequadamente inseridas, será sua inclusão nos conteúdos e disciplinas nas universidades, sobretudo nos cursos de engenharia, arquitetura, informática, desenho industrial e turismo.

A nosso ver, a inclusão deveria acontecer nos primeiros anos de faculdade, administrada em cadeira obrigatória específica com um semestre de duração, enfocando os conceitos básicos de Desenho Universal, nos estudos de arquitetura e *design*, tanto na sua aplicação teórica quanto na prática. A partir daí, nos demais períodos, os cuidados com acessibilidade deverão estar inseridos transversalmente em todas as cadeiras: de projeto de arquitetura, comunicação visual, urbanismo etc., uma vez que os futuros usuários a quem os profissionais em formação deverão atender com seus projetos serão parte da ampla gama da população com diferentes necessidades.

Da mesma forma seriam inseridas as cadeiras referentes ao Turismo Inclusivo desde as primeiras instâncias nas Faculdades de Turismo, ao se refletir sobre quais são os clientes a serem atendidos.

Portanto, é necessário que se façam investimentos em cursos específicos que provoquem a conscientização, informação e capacitação dos professores responsáveis pela formação nessas áreas acadêmicas.

Bibliografia

Guia Operativa Sobre Accesibilidad – BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento, Washington, 2005

Inclusive Tourism- Impacting Economic and Social Development in Central America and the Caribbean Region, World Bank, EUA, 2005
Disability & Freedom of Movement, produzido por ALPE, CO.IN, CNAD, CNRH, INFO-HANDICAP, MI, MOBILITY INTERNATIONAL, 2000

Manifesto por um Ócio Inclusivo, Congreso Ocio, Inclusión y Discapacidad, Bilbao, Espanha, 2003

Manual de Acessibilidade aos Edifícios Residenciais do Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2003

Curso de Turismo Accesible, “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas con minusvalía” organizado pela Alpe, Espanha, 2000

Manual de Acessibilidade a Hotéis para Pessoas com Mobilidade Reduzida, “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas con minusvalía” organizado pela Alpe, Espanha, 1998

Accessibility in the tourism environment - Accessible Architecture, XABIER GARCÍA-MILÀ LLOVERAS, Course on accessible tourism of the “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas con minusvalía” organizado pela Alpe, Espanha, 1998

Accessibility in the tourism environment - Urban and natural environment, mobility and transport for Universal Tourism, JOSÉ ANTONIO JUNCÀ UBIERNA, Course on accessible tourism of the “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas con minusvalía” organizado pela Alpe, Espanha, 1998

Adequate treatment to clients with reduced mobility, JOSÉ FÉLIZ SANZ JUEZ, Course on accessible tourism of the “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas con minusvalía” organizado pela Alpe, 1998

Curso Básico sobre Accesibilidad al Medio Físico, Real Patronato de Prevención y de Atención a Personas con Minusvalía, Espanha, 1996

European Concept for Accessibility, CCPT, MAARTEN WIJK, EGM onderzoek bv, Países Baixos, Março 1996

Formation pour enquêteurs en accessibilité - Hôtels, restaurants, maisons de vacances, Info-Handicap, Luxemburgo, Março 1998

Making Europe Accessible for Tourists with Disabilities - Handbook for the Tourism Industry, European Commission, DG XXIII - Tourism Unit, Luxemburgo, 1996

Organisation of accessible tourism activities, José Félix Sanz Juez, Course on accessible tourism of the “Real Patronato de Prevención y de Atención a personas com minusvalía”, organizado pela Alpe, Espanha, 1998

Tourism for All, NIEVES SANCHIZ PONS, Alpe, Espanha, 1998

Tourism for All - Providing Accessible Accommodation, JOHN H. PENTON, The Holiday Care Service - The English Tourist Board, UK, 1990

Tourism for All - Providing service for all - The training Guide, MAUNDY TODD, CAROL TOMLINSON, MARY BAKER, The National Tourist Boards of England, Scotland, Wales and Northern Ireland, Edimburgo, 1997

GT: Turismo e Acessibilidade

Perguntas orientadoras:

1. Como incentivar uma boa viagem para as pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida?

O Ministério do Turismo, para promover a inserção do grupo GLBTT pela prestação de serviços turísticos, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

a) incorporação da inclusão pela acessibilidade em sua prática:

Recomendações Operacionais

- cumprir e incentivar o cumprimento da legislação sobre acessibilidade e promover a aplicação das normas técnicas da ABNT no setor de turismo;
- definir e divulgar graus de acessibilidade dos atrativos e estabelecimentos turísticos;
- inserir estudo da acessibilidade nos roteiros em construção;
- promover a acessibilidade na propaganda institucional inclusiva por meio de cartazes, *folders* e sítios eletrônicos de promoção turística;
- assegurar eventos acessíveis;
- assegurar que recursos públicos aplicados pelo MTur para apoio e financiamento de eventos, equipamentos, serviços e outras ações sejam utilizados para promover promover a acessibilidade e não criar barreiras para as pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida.

b) produção de informações e conhecimentos referentes à acessibilidade:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• viabilizar incentivos a pesquisas para desenvolvimento de novas tecnologias para atender as pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida nos equipamentos e serviços turísticos;• viabilizar a padronização da simbologia que indica níveis de acesso aos equipamentos turísticos. Exemplo: Universidade Federal do Rio de Janeiro, com o Projeto PróAcesso;• buscar parcerias. Exemplo: Ministério de Ciência e Tecnologia – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e outros organismos de apoio à pesquisa tecnológica;

c) sensibilização da sociedade:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• desenvolver campanhas orientadoras e educativas que ajudem a disseminar o conceito de acessibilidade junto aos setores da sociedade civil para a formação de uma sociedade mais solidária, educada e vigilante do desenvolvimento com inclusão;• viabilizar a inserção do tema “Acessibilidade” no ensino (prioritariamente nos cursos de engenharia, arquitetura, <i>design</i> e turismo) e na pesquisa universitária, para formação de profissionais capazes de utilizar o espaço com competência dentro do conceito de acessibilidade;• estabelecer parcerias. Exemplo: Ministério da Educação para a realização desse trabalho.

d) sensibilização dos gestores públicos e do arranjo produtivo do turismo:

<i>Recomendações Operacionais</i>	
•	viabilizar estratégias de sensibilização sobre acessibilidade cumprimento das normas e leis pertinentes ao assunto para os atores do setor público e privado que atuam no turismo;
•	organizar e difundir experiências de trabalhos de acessibilidade. Exemplos: Semana de Valorização da Pessoa com Deficiência do Senado Federal, Projeto de Acessibilidade Física, de Comunicação, de Informação e Ajudas Técnicas do Senado Federal, Hotel Vila Bela de Gramado;
•	organizar e disponibilizar informações sobre as necessidades das diferentes deficiências e as tecnologias existentes para atendê-las divulgando-as para toda a cadeia produtiva do turismo e órgãos públicos;
•	buscar parceria com as instituições que tratam dos interesses das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida e com entidades públicas e privadas do setor turístico.

e) incentivo ao arranjo produtivo do turismo:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• viabilizar qualificação profissional, com oferta de cursos que contenham conteúdos específicos a esse fim;• realizar premiação para equipamentos e serviços turísticos que contemplem os requisitos da acessibilidade. Uma idéia: “Prêmio Acessibilidade”, vinculado a um programa de premiação nacional, a ser definido pelo Ministério do Turismo;• estabelecer parcerias. Exemplo: Sistema S;

f) acompanhamento das condições de acessibilidade nos equipamentos e serviços turísticos:

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• criar grupos interdisciplinares de vistoria em equipamentos e serviços turísticos;• viabilizar a fiscalização integrada pelos órgãos competentes;• criar um número de telefone 0800 – Uma idéia: INFOTUR INCLUSIVO.• buscar parceria com instituições e conselhos afins (CONFEA, CREAS e outros Ministérios);

2. Como promover a inserção das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida pela prestação de serviços turísticos?

O Ministério do Turismo, para promover a inserção *das pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida* por meio da prestação de serviços turísticos, no âmbito de suas competências, deverá buscar parcerias para institucionalizar programas, projetos e ações para:

- a) **garantia das condições adequadas de circulação, de comunicação e de relacionamento com as pessoas para o desempenho de atividades rotineiras de trabalho com autonomia e segurança;**
- b) **conhecimento e divulgação do mercado de trabalho do turismo:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• levantar, organizar e difundir os tipos e potencial de trabalhos gerados pela atividade de turismo que podem ser exercidos e oferecidos às pessoas portadoras de deficiência e mobilidade reduzida.

- c) **sensibilização e incentivo do arranjo produtivo do turismo para a inserção de pessoas portadoras de deficiência e mobilidade reduzida no mercado de trabalho:**

<i>Recomendações Operacionais</i>
<ul style="list-style-type: none">• realizar campanhas publicitárias utilizando imagem inclusiva dos portadores de deficiência e mobilidade reduzida realizando trabalhos e serviços da atividade turística;• intermediar a colocação de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida no mercado de trabalho do turismo;

- viabilizar financiamento para a criação de associações de empresas;
- organizar e disponibilizar informações sobre o Decreto 3.298/99 e Lei 7.853/89 que tratam da inserção das pessoas deficientes no mercado de trabalho;
- promover palestras, seminários sobre o tema. Exemplo: Encontros dos Fóruns e Conselhos de Turismo;
- realizar premiações vinculadas a um programa de premiação nacional. Uma idéia: Selo de Inclusão Laboral para Pessoas com Deficiência; Prêmio Turismo Receptivo Inclusivo;
- incentivar as empresas de turismo para participação no Programa Primeiro Emprego, com acompanhamento do desenvolvimento nas oportunidades de estágio;
- estabelecer parcerias. Exemplo: Ministério do Trabalho e Ministério do Desenvolvimento Social;

d) incentivo à qualificação para o trabalho:

Recomendações Operacionais

- viabilizar cursos para formação de professores e instrutores qualificados para treinar pessoas com deficiência para prestação de serviços de turismo;
- viabilizar iniciativas de desenvolvimento, aperfeiçoamento e valorização de talentos e habilidades das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida para atuação em eventos artísticos e culturais e para participação na produção associada ao turismo;

- viabilizar bolsas de estudos;
- viabilizar cursos para desenvolvimento de habilidades específicas, necessárias ao mercado turístico;
- estabelecer parcerias. Exemplo: Ministério da Educação e Instituições de Ensino.

e) intermediação e colocação de pessoas portadoras de deficiência e mobilidade reduzida no mercado de trabalho do turismo:

Recomendações Operacionais

- acompanhar a colocação da pessoa com deficiência, em parceria com os Conselhos que cuidam das pessoas portadoras de deficiência.

f) viabilização de oportunidades de negócios para pessoas portadoras de deficiência e mobilidade reduzida:

Recomendações Operacionais

- viabilizar financiamento de microcrédito para a criação de associações de pessoas portadoras de deficiência.