



LA REVISTA DE LA PÁTRIA GRANDE

NOVAMÉRICA

Turismo em debate en

apo trabalho

Midia social



Nº 146
abr-jun 2016

Editorial

Turismo em debate

Como o próprio título da edição 147 da Revista Novamerica já anuncia, a proposta desse número é colocar em discussão diversas questões que envolvem a temática do Turismo: um segmento que, ao lado de inúmeras outras áreas, também é muito importante para a compreensão do contexto latino-americano e caribenho. Por isso mesmo, precisa ser problematizado, tendo presente diferentes dimensões que o configuram. A intenção é incentivar a reflexão sobre um serviço que acreditamos pode contribuir, seja para por em evidência a pluralidade de nossas identidades e culturas, seja para incentivar a preservação de nossos patrimônios históricos, culturais e naturais, seja para fomentar a ampliação de oportunidades de trabalho e emprego, seja, entre outras inúmeras possibilidades, contribuir para a construção de sociedades com mais qualidade de vida para todos e todas.

A produção dessa edição nos permitiu perceber como há diferentes e muitos aspectos que estão relacionadas ao Turismo. Assuntos como: políticas públicas, estratégias e desafios, ética, sustentabilidade, patrimônios, economia e mercado, tecnologia, planejamento, infraestrutura, formação de recursos humanos, grandes eventos e seus impactos, hotelaria, gastronomia, entre outros serviços afins, são amplamente explorados ao lado de reflexões que falam de roteiros turísticos, Turismo temático (agrícola, religioso, ecológico, de aventura, cultural, etc.), culturas indígenas, segmentação e democratização do Turismo, humanização do Turismo, ócio e lazer, indicando a riqueza e a amplitude do tema em pauta.

Agora, com a Revista Novamerica em suas mãos, convidamos você, caro leitor, para fazer uma “viagem” pelos textos e pelas imagens especialmente selecionados e preparados com a colaboração de diversos profissionais que estudam, pesquisam e vivem o Turismo, reconhecendo-o como um segmento complexo e com muito potencial. “Embarcando nesse roteiro”, você terá a oportunidade de refletir sobre a história, conceitos, características, problemas, desafios, limites e possibilidades do Turismo na América Latina e no Caribe.

Durante essa sua “viagem” você vai ter a possibilidade de constatar que o Turismo, não é ou não deveria ser algo restrito ou de interesse apenas de um pequeno grupo, como talvez seja do senso comum. Ao contrário, as preocupações e/ou propostas aqui apresentadas pelos mais variados autores e de diferentes cantos do nosso continente indicam que há muito o que desmitificar sobre o Turismo e que há muito o que “movimentar” para fazê-lo avançar, na perspectiva de colocar a América-Latina e o Caribe nos “roteiros” de todos e todas.

Para concluir, gostaríamos de sublinhar que a nossa proposta de colocar o *Turismo em Debate* tem a intenção de contribuir, no sentido da conscientização de que se trata de um serviço e/ou segmento que pode ter uma potente e importante função social, no que se refere a mudanças nos índices de pobreza e de injustiças sociais presentes em nosso continente. Índices que, como afirmou o nosso entrevistado, acabam afetando ou se reproduzindo no próprio Turismo.

Turismo en debate

Como lo señala el título de esta edición 147 de la Revista Novamerica, nuestra propuesta es poner en discusión diversos interrogantes que hacen al tema Turismo: un segmento que, junto con otras áreas, es de gran importancia para la comprensión del contexto latinoamericano y caribeño. Y es justamente por ese motivo que precisa ser problematizado, teniéndose en cuenta las diferentes dimensiones que lo conforman. La intención es incentivar la reflexión sobre un servicio que tenemos la convicción de que puede contribuir, ya para poner en evidencia la pluralidad de nuestras identidades y culturas, ya para incentivar la preservación de nuestros patrimonios históricos, culturales y naturales, o entonces, para fomentar la ampliación de oportunidades de trabajo y empleo, o, entre otras innúmeras posibilidades, para construir sociedades con más calidad de vida para todos y todas.

La producción de la presente edición nos concientizó sobre la cantidad y diversidad de aspectos que se relacionan con el Turismo. Asuntos como políticas públicas, estrategias y desafíos, ética, sustentabilidad, patrimonio, economía y mercado, tecnología, planeamiento, infraestructura, formación de recursos humanos, grandes eventos y sus impactos, hotelaría, gastronomía, entre otros servicios afines, son trabajados de manera amplia, en paralelo con reflexiones que hablan de circuitos turísticos, turismo temático (agrícola, religioso, ecológico, de aventura, cultural, etc), culturas indígenas, segmentación y democratización del turismo, humanización del turismo, ocio y recreación, con lo cual se deja al descubierto la riqueza y la amplitud del tema en cuestión.

Ahora, con la Revista Novamerica en sus manos, lo invitamos, estimado lector, a emprender un “viaje” por los textos y las imágenes especialmente seleccionados y preparados con la colaboración de diversos profesionales que estudian, investigan y viven el Turismo. Personas que reconocen en el Turismo un segmento complejo y de gran potencial. “Embarcado en ese viaje”, tendrá la oportunidad de reflexionar sobre la historia, los conceptos, las características, los problemas, desafíos, límites y las posibilidades del Turismo en América Latina y el Caribe.

Durante el “viaje” tendrá la posibilidad de constatar que el Turismo no es –o no debería ser– algo restricto o de interés únicamente a un pequeño grupo, como tal vez piense el sentido común. Muy por el contrario, las preocupaciones y/o propuestas que aquí presentan los más variados autores de los diferentes rincones de nuestro continente, indican que hay mucho que desmitificar sobre el Turismo y que es necesario crear “un gran movimiento” para hacerlo avanzar dentro de la perspectiva de ubicar a América Latina y el Caribe en los “itinerarios” de todos y todas.

Para terminar, nos gustaría subrayar que nuestra propuesta de poner el *Turismo en Debate* tiene la intención de ayudar a concientizar sobre el hecho de que es un servicio y/o un segmento que puede cumplir una función social poderosa, en lo que se refiere a cambios en los índices de pobreza y de injusticias sociales presentes en nuestro continente. Índices que, como afirmó nuestro entrevistado, acaban afectando o reproduciéndose en el propio Turismo.

En destaque

Mary Larrosa

mmlarrosa@hotmail.com

Eduardo Galeano

El pasado 13 de abril el Salón de los Pasos Perdidos, sala central del Palacio Legislativo de Montevideo, se abrió para albergar a una multitud que daba su último adiós a otro de sus grandes. Uruguay, América Latina y el mundo entero de las letras y el compromiso social despedían con hondo pesar a Eduardo Galeano.

Este *ciudadano de América Latina*, como alguien lo llamó, había nacido en Montevideo el 3 de septiembre de 1940, y se había estrenado en el periodismo en 1960 como editor de la revista *Marcha*. En 1970 publicó *Las venas abiertas de América Latina*, libro que marcó a varias generaciones de latinoamericanos y que volvió a ser figura recientemente porque Hugo Chávez se lo regaló a Barak Obama cuando se encontraron en la Cumbre de las Américas, realizada en Trinidad Tobago en 2009. Como consecuencia de este regalo, el libro se transformó en un bestseller y se vendieron en esa oportunidad más ejemplares que en varias de sus ediciones anteriores.

Galeano, conocido por sus duras críticas al sistema capitalista imperante y a las desigualdades e injusticias que percibía en su entorno, fue encarcelado tras el golpe de Estado de 1973 en Uruguay y tuvo que exiliarse en Argentina, donde fundó la revista cultural *Crisis*. En 1976, en peligro su vida por figurar entre los condenados del Escuadrón de la Muerte, tuvo que emigrar nuevamente, esta vez a España. Allí escribió la trilogía *Memorias del Fuego*, una mezcla de historia, ficción, crónica y poesía que recorre la historia de América, dando voz a sus múltiples protagonistas, unos conocidos y otros ignorados, con textos breves, incisivos, que son como pinceladas de un gran mural que atravesara los siglos desde la época precolombina (*El nacimiento*) hasta el siglo XX (*El siglo del viento*) pasando por la época colonial y la emancipación (*Las caras y las máscaras*). Al regresar a Montevideo en 1985 con la vuelta a la democracia, Galeano y otros escritores

como Mario Benedetti, y periodistas de la antigua revista *Marcha*, fundaron el semanario *Brecha*.

Hombre de izquierda y de activa militancia en las más diversas causas sociales, se lo veía a menudo en foros, seminarios y reuniones brindando su palabra, su pensamiento, su comentario actualizado y siempre original sobre los más variados asuntos y emergentes de la sociedad. Fue asiduo participante en los Foros Sociales Globales.

Otras obras de su prolífica creación incluyen, por citar las más conocidas: *El libro de los abrazos* (1989) que muchos consideran una de sus obras más logradas, *Las palabras andantes* (1993), *El fútbol a sol y sombra* (1995), *Patas arriba. La escuela del mundo al revés* (1998), *Espejos. Una historia casi universal* (2008), *Los hijos de los días* (2011) y finalmente, aún inédita: *Mujeres – antología* (2015).

Incursionó en los más variados géneros, desde el ensayo hasta la novela corta, la crónica con sabor periodístico, la poesía, el cuento, el relato de base histórica... pero siempre desde una postura y un estilo inconfundibles: una mirada lúcida sobre la realidad, el estar de parte de los más pobres y oprimidos, el dar voz a los que no la tienen, la denuncia que desvela las múltiples formas en que los poderosos disfrazan su causa para hacerla creíble. Con mirada de lince oteaba el horizonte de los tiempos atento a denunciar los cambios que se generaban para que nada cambiara, pero también tenía alas de águila para sobrevolar los avatares políticos y sociales y detectar las conspiraciones de la esperanza dondequiera que se estuvieran dando. Fue de los que empeñó alma y vida en la apuesta a *otro mundo posible*.

En su obra una fina ironía esgrimida como afilado estilete para resaltar las incongruencias del mundo actual se mezcla con una suave firmeza no exenta de ternura. Su implacable denuncia queda aligerada de amargura y se transforman en belleza

Un uruguayo con ciudadanía latinoamericana



a través de la fuerza estética de su palabra. Maestro en el arte de crear imágenes que prenden en el imaginario colectivo con la fuerza de un imán, fue un gran forjador de conciencia social. Baste recordar la metáfora de ese “mar de fueguitos” que todos somos, o la de la utopía como horizonte que sirve para caminar, o aquel “ayúdame a mirar” que ponía en boca de un niño a su padre ante el asombro provocado por el mar.

Galeano fue sin duda alguien que nos ayudó a mirar de frente la realidad de América y del mundo, desde un lugar: el de los más pobres, desde una actitud: el compromiso, desde una lucidez: la de ver lo que otros no vieron, desde una postura política: apostar a que las cosas pueden ser de otra manera... Como él mismo afirmara, tan importante como escribir lo que se vive es vivir lo que se escribe. Por eso escribía para concebir una nueva realidad que a su vez desafiaba a construir.

Como todo escritor que se juega por una causa, Galeano tuvo también sus detractores, pero no hace falta estar en todo de acuerdo con él para valorar su legado como uno de los más valiosos que ha generado nuestro continente en el siglo XX. *Nuevamerica*, la revista de la Patria Grande lo reconoce como uno de sus mentores en la forja de una conciencia continental basada en la solidaridad y en la apuesta a otro mundo posible de mayor justicia.

Queden aquí resonando algunas de sus palabras como testimonio de una voz que seguirá siempre viva entre nosotros.

“Hay un lugar donde el ayer y el hoy se encuentran, y se reconocen y se abrazan. Ese lugar es mañana.”
(El libro de los abrazos)

“Estos son tiempos de uniformidad obligatoria en todo. Nunca el mundo ha sido tan desigual en brindar oportunidades y tan parejo en los hábitos que impone.”
(Patatas arriba)

“Los más pobres son los que más sufren las contradicciones de una cultura que manda consumir y una realidad que lo prohíbe.” (Patatas arriba)

“El hijo de Pilar y Daniel Weinberg fue bautizado en la costanera. Y en el bautismo le enseñaron lo sagrado. Recibió una caracola:

– Para que aprendas a amar el agua.

Abrieron la jaula de un pájaro preso:

– Para que aprendas a amar el aire.

Le dieron una flor al malvón.

– Para que aprendas a amar la tierra.

Y también le dieron una botellita cerrada:

– No la abras, nunca. Para que aprendas a amar el misterio.” (del libro *Las palabras andantes*).

Sumário



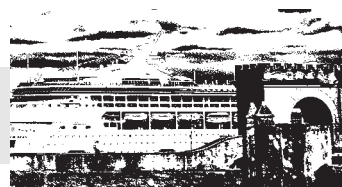
pág, 6

Entrevista *Luiz Gonzaga Godoi Trigo • Brasil*

*O turismo em ação
El turismo en acción*

pág, 20

Una charla con
Rhadamés Martínez Aponte • República Dominicana



pág, 22

A invenção do turismo
Margarida de Sousa Neves • Brasil



pág, 26

Turismo temático en el circuito Nor Amazónico del Perú
Alejandro Camino Condemarín • Perú



pág, 31

O impacto dos grandes eventos para o turismo
Lamartine P. DaCosta • Brasil



pág, 36

Turismo y cultura en las comunidades indígenas de Cuetzalan
Antonio Heredia Vázquez • México



pág, 40

Desafios no ensino do planejamento turístico
Karina Solha e Clarissa M. R. Gagliardi • Brasil



pág, 45

Jóvenes, escuela y desarrollo turístico
Andrés Federico Leguizamón • Argentina

pág, 46

La experiencia humanizadora del ocio turístico
Mag. Ricardo Lema • Uruguay



pág, 50

Desafios do turismo no mundo contemporâneo
Sidnei Raimundo • Brasil



pág, 55

Turismo em favelas:
uma prática de pertencimento e reconhecimento sociocultural
Jorge Luiz Barbosa e Monique Bezerra da Silva • Brasil

pág, 56

Mosaico

Entrevista

Luiz Gonzaga G. Trigo

É Professor titular da Escola de Artes, Ciências e Humanidades/EACH da Universidade de São Paulo/USP, atuando nos mestrados de Turismo e de Estudos Culturais e na graduação de Lazer e Turismo. Graduado em Turismo. Licenciado em Filosofia, Mestre em Filosofia Social e Doutor em Educação, sendo todos os três títulos pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Livre Docente em Lazer e Turismo pela USP. Foi diretor de Turismo da Prefeitura de Campinas, diretor e assessor de Turismo e Hotelaria do Senac-SP, professor da PUC-Campinas. Foi um dos membros da Comissão de Turismo do Ministério da Educação para o ENADE. Publicou 20 livros e dezenas de artigos e capítulos de livros nas áreas de Viagens e Turismo, Educação e Entretenimento. É membro vitalício da Congregação da EACH. São Paulo - Brasil.

trigo@usp.br



Foto arquivo do autor

O turismo em ação

El turismo en acción

Professor Luiz Trigo, em primeiro lugar gostaria de agradecer sua atenção e colaboração. E para começar a nossa conversa, a seguinte questão: como você vê o Turismo, hoje, nas sociedades latino-americanas e caribenhas?

Luiz G. G. Trigo - No caso da América Latina e do Caribe, é preciso destacar, em primeiro lugar, que existem culturas muito ricas e variadas, mas também ter presente que se trata de um continente com histórias bastante problemáticas de colonização.

Entretanto, hoje nessa região, há vários países que desenvolveram o Turismo de uma maneira muito boa, de uma forma bem madura e, nesse caso, eu destacaria, quatro países: o Chile, o México, a Costa Rica e o Uruguai. Por sua vez, podemos dizer que a Argentina teve ou ainda tem um Turismo muito forte, todavia, atualmente ela vive problemas econômicos sérios que estão afetando esse segmento. Já o Brasil desenvolveu razoavelmente o Turismo, embora pudesse ter feito muito mais. Nosso país ainda não deu o devido valor ao Turismo.

Pensando nas suas riquezas culturais em termos de dança, de gastronomia, de expressões artísticas,

Professor Luiz Trigo, en primer lugar me gustaría agradecerle su atención y su colaboración. Quisiera que comenzáramos con la siguiente pregunta: ¿cómo ve usted hoy el Turismo en las sociedades latinoamericanas y caribeñas?

Luiz G. G. Trigo – En el caso de América Latina y el Caribe, es necesario destacar que no solo existen culturas muy ricas y variadas, sino que además se trata de un continente con historias bastante problemáticas de colonización.

Pese a esto, actualmente hay varios países en la región que supieron desarrollar bien el Turismo, de una forma bien madura. Como ejemplo destacaría a cuatro países; a Chile, México, Costa Rica y Uruguay. Por otro lado, podemos decir que Argentina tuvo y aún tiene un Turismo muy fuerte –a pesar de que hoy vive problemas económicos serios que acaban afectando a dicho segmento. Brasil, en cambio, desarrolló el Turismo de forma satisfactoria, pero podría hacerse mucho más. Nuestro país aún no le ha dado el debido valor al Turismo.

Si pensamos en las riquezas culturales en términos de danza, de gastronomía, de expresiones artísticas, si pensamos en las áreas arqueológicas

Eu diria que o Turismo ainda não tem uma função social plena. Parece um paradoxo, mas, mesmo em Cuba, o Turismo ainda não tem uma função social plena, porque poucos são os que trabalham com Turismo e, além disso, a população cubana, de um modo geral, é alijada das benesses do Turismo. Hoje, isso parece estar mudando um pouco.



nas áreas arqueológicas indígenas no México, no Peru, na Guatemala, em Belize, nas próprias belezas naturais como as praias, inclusive as do nordeste brasileiro, as florestas, os Andes, a Patagônia chilena e argentina, entre outros, tudo isso é muito importante e maravilhoso, que faz da América Latina e do Caribe um continente que tem boas condições para desenvolver cada vez mais o Turismo.

Tendo presente que todo esse potencial ou patrimônio latino-americano e caribenho é muito importante para o desenvolvimento do Turismo, qual seria então o significado do Turismo para o crescimento das nossas sociedades? Em outras palavras, o Turismo tem uma função social?

Luiz G. G. Trigo - Eu diria que o Turismo ainda não tem uma função social plena. Parece um paradoxo, mas, mesmo em Cuba, o Turismo ainda não tem uma função social plena, porque poucos são os que trabalham com Turismo e, além disso, a população cubana, de um modo geral, é alijada das benesses do Turismo. Hoje, isso parece estar mudando um pouco. Ainda não há em nosso continente uma consciência social plena, em função, inclusive, da grave injustiça social, da pobreza e isso acaba afetando o Turismo e, até mesmo, se reproduzindo no Turismo.

Por outro lado, alguns países dispõem de uma organização maior em termos de Turismo, cito de novo o Chile, o Uruguai, a Costa Rica que, conseqüentemente, têm uma preocupação social maior envolvendo o Turismo.



Foto Rodolpho Oliva

Que políticas públicas na área do Turismo o senhor considera que são ou seriam importantes implementar?

Luiz G. G. Trigo - Os países do mundo que têm um Turismo bem desenvolvido como o Canadá, a Escandinávia ou os que integram a Europa Ocidental não têm uma política específica na área do Turismo. O que acontece lá é que há políticas relevantes nas áreas de transporte, de energia, de abastecimento, de alimentos. São políticas que servem à população local, mas que beneficiam os turistas, porque eles também utilizam o sistema de transporte públicos e privados, o sistema de restaurantes, entre outros. A única coisa que o turista usa e o cidadão local praticamente não utiliza é o sistema de hotéis e um ou outro ponto turístico. Na verdade, os turistas se beneficiam das políticas públicas que existem, são bem definidas e implementadas nas diferentes áreas.

Logo, se tivermos políticas públicas adequadamente definidas, o Turismo certamente vai poder avançar. No Brasil, em Curitiba, por exemplo, ao longo de sua história recente, foram implementadas po-



indígenas en México, en Perú, en Guatemala, en Belice, si pensamos en la belleza natural de las playas –incluyendo las del noreste brasileño–, en la belleza de los bosques, de los Andes, de la Patagonia chilena y argentina, etc, veremos que todo esto es muy importante, que es maravilloso y que hace de América Latina y del Caribe un continente con buenas condiciones para desarrollarse cada vez más turísticamente.

Teniendo en cuenta que todo ese potencial, que todo ese patrimonio latinoamericano y caribeño es muy importante para el crecimiento del Turismo, ¿cuál sería, entonces, su significado para el crecimiento de nuestras sociedades? En otras palabras, ¿tiene el Turismo una función social?

Luiz G. G. Trigo - Yo diría que todavía el Turismo no tiene una función social plena. Parece una paradoja, pero ni siquiera en Cuba tiene una función social plena, porque son pocos los que trabajan en esa área y además, en general, la población cubana no recibe los beneficios que este trae.

Yo diría que todavía el turismo no tiene una función social plena. Parece una paradoja, pero ni siquiera en Cuba tiene una función social plena, porque son pocos los que trabajan en esa área y además, en general, la población cubana no recibe los beneficios que este trae. Hoy pareciera que eso está cambiando un poco.



Hoy pareciera que eso está cambiando un poco. Pero todavía no hay en nuestro continente una conciencia plena dirigida a la grave injusticia social, a la pobreza, y esto acaba no solo afectando al Turismo, sino que además acaba encontrando dentro de dicho sector el espacio necesario para seguir reproduciéndose.

Por otro lado, algunos países disponen de una organización mayor en términos de Turismo. Cito nuevamente a Chile, Uruguay, Costa Rica, en cuya área se ha visto una preocupación mayor con el tema social.

¿Qué políticas públicas dentro del área del Turismo cree que sería importante que se implementaran?

Luiz G. G. Trigo - En los países cuyo Turismo está bien desarrollado, como Canadá, Escandinavia, e incluso en la Europa Occidental, no existe una política específica para el área del Turismo. Lo que ocurre en esos lugares es que ellos tienen políticas relevantes en las áreas del transporte, de la energía, de abastecimiento, de alimentos, etc. Y esas políticas sirven a la población local y acaban beneficiando también a los turistas, porque estos también utilizan el sistema de transporte público y privado, el sistema de restaurantes, entre otros. Lo único que utiliza el turista y que el ciudadano local prácticamente no usa, es el sistema de hoteles y algún que otro punto turístico. En realidad, los turistas se benefician de las políticas públicas que ya existen, que están bien definidas y que son implementadas en las diferentes áreas.

líticas públicas efetivas nas áreas de transporte, de tratamento do lixo e de planejamento urbano, que beneficiaram a cidade como um todo, deixando-a muito agradável. Nesse rastro, vieram, então, os museus, os parques, as galerias de artes, os shoppings centers e tudo isso acabou por beneficiar e impactar positivamente o Turismo naquela cidade.

Ao contrário, Florianópolis, outra cidade situada no sul do Brasil, não dispõe de políticas públicas consistentes, ou seja, não tem sistema de esgoto como deveria, não tem um sistema viário adequado, tanto que a ilha vive congestionada. Tudo isso prejudica o Turismo. Em épocas, como por exemplo, de Natal, Réveillon, Carnaval, a ilha fica completamente lotada, com o acesso e o deslocamento dentro da ilha totalmente prejudicados. É o caso também, no mesmo estado de Santa Catarina, do balneário de Camboriú, onde as construtoras destruíram as praias com a construção, autorizada, de prédios de 45 e 60 andares, desnecessários e inadequados. É claro que, principalmente, no verão as praias ficam contaminadas e o Turismo totalmente prejudicado.

Há falta de consciência na perspectiva de desenvolver o Turismo, e não só o Turismo, de forma sustentável. E, por isso mesmo, hoje o mundo começa a pagar caro por conta da poluição, da escassez de água. Veja, essa falta de água em São Paulo. Muitas pessoas dizem: o governo não dá valor ao Turismo. Mas eu sempre retruco dizendo que o governo não dá valor à água, à energia elétrica, à segurança pública, ao transporte público e, conseqüentemente, não dá valor ao Turismo.

Embora você já tenha apontado vários problemas que afetam o Turismo, creio que é importante você destacar quais seriam os principais desafios que ainda precisam ser enfrentados, na perspectiva de fazer avançar o Turismo no continente latino-americano e caribenho.

Luiz G. G. Trigo - O desafio maior está na formulação de políticas públicas e mesmo políticas privadas baseadas, em primeiro lugar, na sustentabilidade e na ética. No Brasil estamos pagando muito caro por algumas décadas de corrupção, má gestão, falta de governança e isso, é claro, vai afetando o Turismo e todas as demais áreas importantes para nosso crescimento. Vale um comentário: dada as nossas riquezas e por sorte, ontem (23/03/2015) não caiu a nossa nota de investimentos. A Standard & Poor's manteve a nossa nota de investimentos.

Florianópolis, outra cidade situada no sul do Brasil, não dispõe de políticas públicas consistentes, ou seja, não tem sistema de esgoto como deveria, não tem um sistema viário adequado, tanto que a ilha vive congestionada. Tudo isso prejudica o Turismo. Em épocas, como por exemplo, de Natal, Réveillon, Carnaval, a ilha fica completamente lotada, com o acesso e o deslocamento dentro da ilha totalmente prejudicados.



Mas retomando o que estávamos comentando, vale destacar que essas questões de corrupção, má gestão e falta de governança vão afetando a imagem do Brasil no mundo e é claro que isso não ajuda o Turismo. Felizmente, no Brasil, no Rio de Janeiro, vamos ter as Olimpíadas no ano que vem.



Foto Grafissimo / iStock

Por lo tanto, si tuviéramos políticas públicas adecuadamente definidas, el Turismo crecería con toda seguridad. Dentro de Brasil, en Curitiba, por ejemplo, recientemente se implementaron políticas públicas efectivas en las áreas del transporte, del tratamiento de los desechos y del planeamiento urbano, que beneficiaron a la ciudad como un todo y la dejaron más agradable. Siguiendo esta estrategia, se sumaron los museos, los parques, las galerías de arte, los shoppings centers, y todo esto trajo un gran beneficio y produjo un impacto muy positivo en el Turismo de la ciudad.

En contraposición, Florianópolis, otra ciudad situada al sur de Brasil, no dispone de políticas públicas consistentes, es decir, no cuenta con el sistema de desagüe que debería tener ni tampoco con una red vial apropiada. Tanto es así, que la isla vive congestionada. Todo esto perjudica al Turismo. En la época de Navidad, Año Nuevo, Carnaval, la isla queda completamente apiñada de gente. Y tanto el acceso como el traslado dentro de la isla se vuelven totalmente ineficaces. Otro caso es el del balneario Camboriú –también dentro del Estado de Santa Catarina– en donde las empresas constructoras destruyeron playas para levantar (con autorización) edificios de 45 a 60 pisos. Algo totalmente innecesario e inadecuado. Es evidente que en el verano las playas quedan contaminadas y con esto el Turismo se ve afectado.

No existe la conciencia de querer desarrollar el Turismo -y no solo el Turismo- de forma sustentable. Es por ese motivo que hoy el mundo está pagando caro con la contaminación, con la escasez de agua. Recordemos el caso de San Pablo, por ejemplo, que hoy sufre con la falta de agua. Muchas personas dicen que el gobierno no le da valor al Turismo, pero yo siempre retruco respondiendo que el gobierno no le da valor al agua, a la energía eléctrica, a la seguridad pública, al transporte público y, consecuentemente, no le da valor al Turismo.

Si bien usted ya señaló algunos problemas que afectan al Turismo, creo que sería importante que destacara cuáles serían los principales desafíos a ser enfrentados para que pueda crecer en el continente latinoamericano y caribeño.

Luiz G. G. Trigo - El mayor desafío reside en la formulación de políticas públicas, e incluso de políticas privadas, que se basen, en primer lugar, en la sustentabilidad y la ética. En Brasil, estamos

pagando muy caro por algunas décadas de corrupción, de mala gestión, de falta de gobernanza y esto, evidentemente, no solo afecta al Turismo, sino a todas las demás áreas que son importantes para nuestro crecimiento. Y aquí cabe hacer un comentario: gracias a nuestras riquezas, por suerte ayer¹ no cayó nuestra nota de inversión. La Standard & Poor's mantuvo nuestra nota de inversiones.

Retomando lo que estaba diciendo, la corrupción, la mala gestión, la falta de gobernanza van afectando la imagen de Brasil en el mundo y es claro que eso no ayuda al Turismo. Pero por suerte el año que viene vamos a tener aquí en Brasil, en la ciudad de Río de Janeiro, las Olimpiadas. Estamos a 500 días de ese evento y parece que el cronograma de las obras está al día. Con toda seguridad las Olimpiadas traerán un gran beneficio para nuestro país.

En síntesis, para que el Turismo avance es necesario que se establezca como pauta la sustentabilidad, la ética y un planeamiento efectivo. Un planeamiento semejante al que se sigue en varios lugares del mundo como Singapur, Malasia. En esos lugares existe un gran respeto por el turista, por el viajero.

¿Qué podría decirnos sobre la relación Turismo, Economía y Mercado?

Luiz G. G. Trigo - El Turismo depende de una trípode: la estabilidad económica, la estabilidad política

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Florianópolis, otra ciudad situada al sur de Brasil, no dispone de políticas públicas consistentes, es decir, no cuenta con el sistema de desagüe que debería tener ni tampoco con una red vial apropiada. Tanto es así, que la isla vive congestionada. Todo esto perjudica al Turismo. En la época de Navidad, Año Nuevo, Carnaval, la isla queda completamente apiñada de gente. Y tanto el acceso como el traslado dentro de la isla se vuelven totalmente ineficaces.

Estamos a 500 dias das olimpíadas e parece que o cronograma de obras está em dia e esse grande evento certamente vai trazer benefícios para o nosso país de um modo geral.

Em síntese, para fazer o Turismo avançar é necessário se pautar por sustentabilidade, ética e um efetivo planejamento. Um planejamento no estilo do que se faz em vários lugares do mundo, por exemplo, em lugares como Singapura, Malásia. Nesses lugares, há um respeito específico pelo turista, pelo viajante.

Sobre a relação Turismo, Economia e Mercado, o que você gostaria de comentar?

Luiz G. G. Trigo - O Turismo depende de um tripé: estabilidade econômica, estabilidade política e estabilidade social. Se faltar uma dessas dimensões, o Turismo ainda acontece. Ou seja, o país está diante de uma instabilidade econômica, mas ainda está equilibrado na política e no social ou o país está enfrentando uma instabilidade política, mas a economia e a sociedade ainda estão indo bem, nesses casos o Turismo ainda pode acontecer sem grandes problemas. Mas, se o país estiver diante de duas instabilidades, o Turismo também não vai estar bem, ele vai estar comprometido. A economia depende de políticas e de questões sociais. Ou seja, não é possível pensar só em economia sem pensar em políticas e questões sociais. Porque? Porque se não vamos ter lugares inseguros. Hoje, por exemplo, o México sofre com muita insegurança, alguns países da Ásia Central não são considerados seguros e a África está cada vez mais fora dos roteiros turísticos internacionais por causa da insegurança



Se o empresário pensar no entorno, ele tem mais condições de ter uma governança mais efetiva e, conseqüentemente, isso vai se refletir em mais qualidade de serviços, em mais informação, em preço justo. E isso é o que o turista quer: qualidade de serviços, informação, preço justo e algo espetacular.

e do terrorismo. A economia, então, depende da política e das condições sociais.

Por outro lado, a questão econômica tem que ser pensada de uma forma mais moderna. Por isso hoje falamos em governança. Governança significa administrar, pensando não apenas na minha empresa, mas no entorno, quer dizer, pensando nos *stakeholders*. Trata-se de algo relativamente novo no Brasil. Os *stakeholders* são os atores que direta ou indiretamente convivem com a empresa. Se o empresário pensar no entorno, ele tem mais condições de ter uma governança mais efetiva e, conseqüentemente, isso vai se refletir em mais qualidade de serviços, em mais informação, em preço justo. E isso é o que o turista quer: qualidade de serviços, informação, preço justo e algo espetacular. Por exemplo, o turista que vem para São Paulo quer e encontra uma certa sofisticação, segurança razoável, ótimos restaurantes, além de casa noturnas, cinema, teatro, música, artes, galerias. Claro não é um Turismo barato, mas é um Turismo pujante e o turista gosta disso.

Você disse: "mas isso não é muito barato" e logo me veio uma questão. É possível democratizar o Turismo? Em outras palavras, é possível pensar em um Turismo para todos?

Luiz G. G. Trigo - É possível sim democratizar, mas há sim uma segmentação. Por exemplo, o Turismo de luxo jamais será democrático. Por sua vez, há coisas que são específicas como é o caso dos colecionadores de selos ou de porcelanas e que saem em busca para ampliar suas coleções. O que é possível democratizar é o Turismo de massa. Mas essa democratização só se faz por meio de uma economia forte e saudável e, principalmente, por uma justiça social que exista no país.

Nesse sentido, a democratização não é função do Turismo, mas função do Estado e das empresas que estão relacionadas a determinados serviços. Por exemplo, as empresas de ônibus precisam manter um bom serviço de ônibus, com segurança e informação adequadas porque, inclusive, elas têm uma concessão do Estado. Atendendo bem ao cidadão de um modo geral, elas atendem bem ao turista.

O turista estrangeiro quando vem ao Brasil, a São Paulo, por exemplo, ele usa o Metrô, até porque ele está acostumado a utilizar o Metrô no seu país de origem e em todo o lugar do mundo, mas ele usa o Metrô em São Paulo porque nessa cidade o



Foto Adélia Maria Koff

y la estabilidad social. Si falta una de esas dimensiones, entonces el Turismo no se da plenamente. O sea, si el país no tiene estabilidad económica, pero se encuentra equilibrado política y socialmente, o si está pasando un momento de desequilibrio político pero está bien en lo económico y social, en esos casos el Turismo puede ocurrir sin grandes problemas. Pero si de esas tres dimensiones, dos se encuentran inestables, entonces tampoco el Turismo estará bien. La economía depende de políticas y de cuestiones sociales. Es decir, no se puede pensar en economía y no pensar en políticas y en problemáticas sociales. ¿Por qué motivo? Porque si no, los lugares se vuelven inseguros. Hoy, por ejemplo, en México se sufre mucho con la inseguridad; algunos países de Asia Central no son considerados seguros y África está cada vez más cerca de quedar fuera de los itinerarios turísticos internacionales, debido a la inseguridad y el terrorismo. La economía, entonces, depende de la política y de las condiciones sociales.

Por otro lado, es necesario que se piense el tema económico de una forma más moderna. Es por eso que actualmente se habla de gobernanza. Gobernanza significa administrar pensando no solo en una determinada empresa, sino también

Si el empresario piensa en el entorno, tendrá más posibilidades de tener una gobernanza efectiva, lo cual se reflejará en una mayor calidad de servicios, en más información y en precio justo. Es eso lo que el turista quiere: calidad de servicios, información, precio justo y algo espectacular.



en el entorno, es decir, en los *stakeholders*. Esto es algo relativamente nuevo en Brasil. Los *stakeholders* son los actores que conviven con la empresa directa o indirectamente. Si el empresario piensa en el entorno, tendrá más posibilidades de tener una gobernanza efectiva, lo cual se reflejará en una mayor calidad de servicios, en más información y en precio justo. Es eso lo que el turista quiere: calidad de servicios, información, precio justo y algo espectacular. Un ejemplo: el turista que viene a San Pablo quiere –y encuentra– una cierta sofisticación, una cierta seguridad, excelentes restaurantes, además de casas nocturnas, cine, teatro, música, arte, galerías. No es, por cierto, un Turismo barato, pero es un Turismo pujante y al turista le gusta.

Cuando usted dijo: “no es (...) un Turismo barato”, enseguida me vino una inquietud: ¿Es posible democratizar el Turismo? En otras palabras, ¿es posible pensar en un Turismo para todos?

Luiz G. G. Trigo - Sí, es posible democratizarlo, pero siempre habrá una cierta segmentación. Por ejemplo, el Turismo de lujo jamás será democrático. Es como el caso de los coleccionistas de estampillas o de porcelanas que salen en búsqueda de nuevos ejemplares para sus colecciones. Lo que sí es posible democratizar es el Turismo de masa. Pero esta democratización solo será posible con una economía fuerte y vigorosa y, sobre todo, será posible si en el país en cuestión existe justicia social.

En este sentido, vemos que la democratización no es una función del Turismo, sino una función del Estado y de las empresas que se relacionan con determinados servicios. Las empresas de ómnibus, por ejemplo, precisan mantener un buen servicio,

Metrô, embora não tenha tantas linhas, é confortável, seguro, tem informações suficientes. E isto é tudo o que o turista quer. O que já não acontece tão facilmente no Rio de Janeiro. Pegar um Metrô ou um ônibus no Rio não é tão fácil. Já em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, e em Curitiba, no Paraná, é mais fácil utilizar um ônibus.

Há cidades, não vou nem citar lugares na Europa, mas, por exemplo, quando o turista chega em Kuala Lumpur (na Malásia) ou em Bangkok (na Tailândia), ele encontra no aeroporto um trem expresso que vai até o centro da cidade e isso é muito bom, é uma grande vantagem para o turista, para quem viaja a negócio e também para quem trabalha no aeroporto. Aqui no Brasil, até hoje, não há trem, nem Metrô chegando em nenhum aeroporto.

O transporte coletivo - trem, Metrô, ônibus e os utilizados nas hidrovias entre outros, tão comum na Europa e em alguns países da Ásia - é vital para o Turismo de massa. Mas é preciso que ele seja eficiente e que tudo seja bastante facilitado para o turista.

No Brasil as coisas não são facilitadas nem para o turista, nem para cidadão local. Desde aspectos mais simples. Ontem, por exemplo eu estava no Metrô aqui em São Paulo e quis usar uma máquina de Coca-Cola. E na máquina estava escrito: aceita-se moeda, nota de dois e de cinco reais. A Coca-Cola custava três reais e então coloquei uma nota de cinco reais e a máquina informou: só aceito o dinheiro justo, quer dizer, três reais. Ora a máquina tinha problema, não dava o troco, não cumpria o anunciado e eu não comprei a Coca-Cola. São pequenos detalhes que podem fazer a diferença e, neste caso, não seria necessário o uso de nenhuma tecnologia sofisticada ou avançada. São detalhes, mas isso para o turista não é bom.

Professor, gostaria que você falasse um pouco mais sobre a questão do Turismo interno nos diferentes países latino-americano e caribenho, tendo presente algo que você já sublinhou: de um lado tanta riqueza de patrimônios culturais e naturais e, de outro lado, tanta desigualdade social.

Luiz G. G. Trigo - Considero que a realização efetiva de políticas de inclusão e de políticas mais gerais relacionadas à geração de emprego e trabalho é a melhor maneira de enfrentar a questão das desi-

Há cidades, não vou nem citar lugares na Europa, mas, por exemplo, quando o turista chega em Kuala Lumpur (na Malásia) ou em Bangkok (na Tailândia), ele encontra no aeroporto um trem expresso que vai até o centro da cidade e isso é muito bom, é uma grande vantagem para o turista, para quem viaja a negócio e também para quem trabalha no aeroporto.



gualdades sociais e, com isso, criar condições para viabilizar o Turismo interno. Entretanto, isso exige uma grande conscientização de toda a sociedade, dos empresários e do próprio governo.

Não dá para negar que, nos últimos tempos, aconteceram melhoras nas áreas sociais. Os governos do Fernando Henrique Cardoso e do Luís Inácio Lula da Silva geraram melhorias efetivas para a população do nosso país. Além disso, grandes eventos - como a Copa do Mundo em 2014, que envolveu muitas construções e a ampliação de serviços afins, e as



Foto Monkey Business Images iStock

En algunas ciudades – no cito aquí los lugares en Europa– como en Kuala Lumpur, en Malasia, y Bangkok, en Tailandia, el turista llega al país y encuentra en el aeropuerto un tren expreso que lo lleva a la ciudad. Esto es muy bueno, es una gran ventaja para el turista, para quien viaja por negocios y también para quien trabaja en el aeropuerto.



un servicio que brinde seguridad e información, porque también esas empresas reciben concesiones del Estado. Si atienden bien al ciudadano, también lo harán con el turista.

El turista extranjero cuando viene a Brasil, específicamente a San Pablo, usa el subte –incluso porque está acostumbrado a hacerlo en su país y en otros lugares del mundo–, pero lo usa porque en esta ciudad, aunque no haya tantas líneas, el subte es confortable, seguro y ofrece la información suficiente. Y esto es todo lo que quieren los turistas. En Río de Janeiro, en cambio, esto ya no sucede tan fácilmente. No es tan fácil en Río tomar el subte o un ómnibus. Ya en Río Grande del Sur y en la ciudad de Curitiba, en el Estado de Paraná, usar el ómnibus es más fácil.

En algunas ciudades – no cito aquí los lugares en Europa– como en Kuala Lumpur, en Malasia, y Bangkok, en Tailandia, el turista llega al país y encuentra en el aeropuerto un tren expreso que lo lleva a la ciudad. Esto es muy bueno, es una gran ventaja para el turista, para quien viaja por negocios y también para quien trabaja en el aeropuerto. Aquí en Brasil, en cambio, hasta hoy no hay tren ni subte que llegue a los aeropuertos.



El transporte colectivo – tren, subte, ómnibus, el transporte marítimo, todos ellos tan comunes en Europa y en algunos países de Asia– es vital para el Turismo de masa. Pero es necesario que sea eficiente y que le facilite la vida al turista.

En Brasil no se le facilita la vida ni al turista ni al ciudadano local, inclusive en las cosas más simples. Ayer, por ejemplo, estaba en el subte de San Pablo y quise usar una de esas máquinas de Coca Cola. En la máquina decía que solo aceptaba monedas y billetes de R\$ 2,00 y de R\$ 5,00. La Coca Cola costaba R\$ 3,00. Puse un billete de R\$ 5,00 y la máquina me informó que solo aceptaba dinero justo, es decir, R\$ 3,00. La máquina no daba cambio, no cumplía con lo anunciado y yo acabé no comprando la Coca Cola. Son pequeños detalles que pueden hacer la diferencia y, en este caso, no haría falta ninguna tecnología sofisticada o avanzada. Son detalles, para el turista eso no es bueno.

Profesor, me gustaría que hablara un poco sobre el Turismo interno en los diferentes países latinoamericanos y en el Caribe, a partir de algo que usted destacó: la oposición entre la riqueza del patrimonio cultural y natural y la desigualdad social existente.

Luiz G. G. Trigo - Creo que la realización efectiva de políticas de inclusión y de políticas más generales, relacionadas con la creación de empleos y trabajo, es la mejor manera de enfrentar las desigualdades sociales. Eso haría viable el Turismo interno. Sin embargo, también exige una gran concientización de toda la sociedad, de los empresarios y del mismo gobierno. No se puede negar que en los últimos tiempos hubo mejoras en las áreas sociales. Los gobiernos de Fernando Henrique Cardoso y de Luis Inácio Lula da Silva le dieron mejorías a la población de nuestro país. Además, hubo grandes eventos: la Copa del Mundo en 2014, que acarrió muchas construcciones y ampliación de servicios, y las Olimpiadas de 2016, que ya está ocasionando mejoras en los servicios y una reestructuración de algunas regiones, como la zona del Puerto Maravilla, en Río de Janeiro. Estos acontecimientos también pueden ocasionar beneficios sociales. Sin embargo, este tipo de problemas, así como los económicos, de infraestructura, etc, aún son muy grandes e incluso algunos parecen no tener solución. Esto, lógicamente, afecta de modo significativo los segmentos relacionados con el Turismo, y, por consiguiente, afecta las posibilidades de ampliación del Turismo interno.

Vejo que é possível ainda uma expansão de trabalho na Hotelaria, na Gastronomia, mas são trabalhos mais específicos, mais sofisticados e que exigem maior qualificação e formação. E também há várias possibilidades na área de Eventos. São três áreas que estão se expandindo..



Olimpíadas que acontecerão em 2016, com vários serviços sendo aprimorados e regiões reestruturadas como a região do Porto Maravilha, no Rio de Janeiro - são acontecimentos que também podem gerar melhorias sociais. Entretanto, os problemas sociais, econômicos, de infraestrutura, entre outros, ainda são muito grandes, alguns parecem até sem solução. E é claro, isso afeta de modo significativo os segmentos relacionados ao Turismo. E, conseqüentemente, afeta as possibilidades de ampliação das condições necessárias ao crescimento do Turismo interno.

E Turismo como campo de trabalho, o que você tem a dizer sobre isso?

Luiz G. G. Trigo - Na área de Turismo, vejo que é possível ainda uma expansão de trabalho na Hotelaria, na Gastronomia, mas são trabalhos mais específicos, mais sofisticados e que exigem maior qualificação e formação. E também há várias possibilidades na área de Eventos. São três áreas que estão se expandindo. E por que? A área de agenciamento é cada vez menor porque muitas pessoas organizam suas viagens diretamente. Não podemos esquecer que o agente ainda continua sendo importante, mas a demanda diminuiu. A busca pelo transporte é cada vez mais informatizada também. Nesse sentido, as áreas de Hotelaria, aliás prefiro falar em área de Hospitalidade, de Gastronomia e de Eventos são aquelas que hoje, em relação ao Turismo, oferecem maiores oportunidades de trabalho.

A propósito, o que você tem para nos dizer sobre Educação e Formação Profissional, tendo presente o tema do Turismo?

Luiz G. G. Trigo - Em primeiro lugar, é preciso dizer que, no Brasil, em termos gerais, a Educação é ruim. Portanto, se temos uma Educação Básica ruim, vamos ter uma Educação ruim na Saúde, no Turismo, etc. Lembro que o Turismo, muitas vezes, depende de trabalhos que não exigem nível superior, como é o caso, por exemplo, do motorista de taxi, do mensageiro do hotel, das recepcionistas, dos garçons, cozinheiros, atendentes e de toda uma gama de serviços na área de eventos. São serviços e atividades que não exigem nível superior, mas que, em contra partida, precisa de um Ensino Fundamental muito bem feito, de qualidade e, quase sempre, isso nós não temos. Conseqüentemente, a qualidade dos serviços prestados não é adequada porque nossa mão de obra não tem a qualificação exigida. Aliás, não só na área do Turismo, mas de um modo geral. A qualificação dessa mão de obra é baixa, na maioria das vezes, é mal remunerada e, portanto, não tem condições para se aperfeiçoar.



Agora falando especificamente da formação em nível superior. Hoje, podemos dizer que temos uma formação em Turismo e em Hotelaria muito melhor do que a que tínhamos no passado recente e por que? Porque muitos cursos ruins, sem nenhuma qualidade relacionados a essas áreas foram avaliados e fechados. O Brasil chegou a ter 600 cursos de Turismo, muitos dos quais sem nenhuma qualidade e, por isso, foram fechados. Assim, com uma maior concentração de cursos de Turismo, seja nas universidades públicas que puderam fazer maiores investimentos nesses seus cursos, seja nas universidades privadas bem avaliadas houve uma melhoria significativa na formação em nível superior do pessoal de Turismo e da Hotelaria.

Professor, você já fez comentários sobre a relação entre Turismo e as questões de ética, sustentabilidade, economia, educação, o que mais gostaria de comentar?

Luiz G. G. Trigo - Eu acrescentaria as novas tecnologias, já não tão novas assim, e os novos métodos de gestão. Hoje não é mais possível administrar as



Foto Adélia Maria Koff

¿Qué podría decirnos sobre el Turismo, en términos de campo de trabajo?

Luiz G. G. Trigo - Dentro del Turismo creo que sería posible una mayor expansión en el área de Hotelería, de Gastronomía, pero se trata de trabajos más específicos, más sofisticados que exigen estar mejor calificado y tener mayor formación. También existen varias posibilidades en el área de Eventos. Son tres áreas que se están expandiendo y la razón de esto reside en que las agencias han venido ocupando menos espacio debido a que las personas están organizando sus viajes ellas mismas. No podemos olvidar que el agente aún continúa siendo importante, pero la demanda decayó. Además, la búsqueda de transporte es cada vez más informatizada. De esta manera, el área de Hotelería -prefiero llamarla de área de Hospitalidad- y las áreas de Gastronomía y de Eventos son aquellas que actualmente ofrecen mayores oportunidades de trabajo.

¿Y qué podría decirnos sobre la relación Turismo, Educación y Formación Profesional?

Luiz G. G. Trigo - Primeramente, es necesario decir que en Brasil, de manera general, la Educación es mala. Por lo tanto, si tenemos una educación básica que es mala, entonces también tendremos una educación mala en Salud, en Turismo, etc. Es bueno recordar que el Turismo a veces depende de trabajos que no exigen un nivel superior, como es el caso, por ejemplo, del conductor de taxi, del mensajero del hotel, de las recepcionistas, de los

mozos, los cocineros, los vendedores y de toda una gama de servicios en el área de eventos. Se trata de servicios y de actividades que no exigen un nivel superior pero que, en contrapartida, piden una Enseñanza Fundamental muy buena, de calidad, que casi nunca tenemos. Por consiguiente, la calidad de los servicios prestados puede no ser la adecuada porque la mano de obra no está debidamente calificada. (De modo general esto ocurre con todas las áreas, no solo con el Turismo). La mayoría de las veces la formación de la mano de obra es deficiente y esta es mal remunerada, con lo cual no tiene los medios para perfeccionarse.

Ahora bien, si nos centramos específicamente en el nivel superior, podemos decir que la formación actual en Turismo y Hotelería, en relación a un pasado reciente, ha mejorado bastante. Esto, porque muchos cursos que eran malos, sin ninguna calidad, pasaron por una evaluación y acabaron cerrando. Brasil llegó a tener 600 cursos de Turismo, muchos sin ninguna calidad, y por eso se cerraron. La concentración de los cursos de Turismo y Hotelería en las universidades públicas –que pudieron invertir más en esas áreas– y en las universidades privadas, que recibieron buenas notas, produjo una mejoría significativa en la formación a nivel superior del profesional de esas áreas.

Profesor, usted ya hizo algunos comentarios sobre la relación entre Turismo, ética, sustentabilidad, economía y educación. ¿Qué más podría decirnos sobre esto?

Luiz G. G. Trigo - Podría agregar el tema de las nuevas tecnologías, ya no tan nuevas así, y de los

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Creo que sería posible una mayor expansión en el área de Hotelería, de Gastronomía, pero se trata de trabajos más específicos, más sofisticados que exigen estar mejor calificado y tener mayor formación. También existen varias posibilidades en el área de Eventos. Son tres áreas que se están expandiendo.

Procurar conhecer o que há em termos de cinema, música, artesanato, museus, galerias de arte. Ler sobre a história da América Latina, ler ensaios antropológicos acerca das questões culturais dos países. Fazer compras faz parte, mas Turismo é muito mais do que isso.



empresas de Turismo, de Hotelaria e de Eventos como se administrava há 20 ou 30 anos. É preciso ter uma equipe participativa, saber distribuir as responsabilidades, dar muita formação para as equipes. Elas precisam dominar, no mínimo, um idioma, por exemplo, quem não sabe inglês, tem muita dificuldade para atender bem o turista, está destoando do mercado. Os desafios são novos. Hoje para usufruir de muitos serviços ou realizar inúmeras atividades é preciso saber manejar com as tecnologias. Demetrius Bouhalis, grego, radicado na Inglaterra destaca que quem trabalha com Turismo precisa estar preocupado, antenado com os aplicativos para celular para facilitar a vida do turista que dispõe do seu *smartphone* para se orientar em relação há vários serviços. O Turista quer encontrar um restaurante, um local específico, consultar um mapa. Hoje, ele se orienta ou pode se orientar pelo celular. Por isso, quem trabalha com Turismo tem que saber usar esses diferentes aplicativos e orientar o turista a utilizá-los. Quantos empresários ou quantos profissionais estão preocupados ou atentos ou habilitados a utilizar tais aplicativos. Veja o exemplo da Olimpíadas que vão acontecer no Rio, no próximo ano. Os turistas, os atletas, os diferentes integrantes de suas equipes, entre outros que veem para o evento quando chegarem aqui vão querer utilizar a comunicação virtual instantânea e isso precisa estar à disposição deles e dos profissionais que irão atendê-los.

O que mais você gostaria de acrescentar, para finalizar nossa conversa?

Luiz G. G. Trigo - Acho interessante acrescentar um aspecto que considero importante, do ponto de vis-

ta do turista que pretende visitar e conhecer os países latino-americanos e caribenhos. É interessante que eles disponham do que posso chamar de um mapa cultural amplo dessa região. É interessante que, antes de viajar, eles leiam alguns autores que escreveram sobre esses países como o Octávio Paz, no caso do México, o Jorge Amado, o João Ubaldo Ribeiro, o Ariano Suassuna, no caso Brasil, autores argentinos como, por exemplo Jorge Luis Borges, etc. Procurar conhecer o que há em termos de cinema, música, artesanato, museus, galerias de arte. Ler sobre a história da América Latina, ler ensaios antropológicos acerca das questões culturais dos países. Fazer compras faz parte, mas Turismo é muito mais do que isso. Mas não só o turista. Também quem trabalha com o Turismo precisa estar preparado e se beneficiar desses elementos. É preciso que tanto o turista como o profissional de Turismo conheçam os roteiros culturais, artísticos, bem como a realidade desses países. E há muito para conhecer.

Obrigada por sua atenção e tenho certeza de que suas reflexões vão contribuir para gerar debate e novas reflexões sobre o tema.



Foto Isitssharp iStock

nuevos métodos de gestión. Ya no es más posible, actualmente, administrar las empresas de Turismo, de Hotelería y de Eventos como se hacía hace 20 o 30 años. Se necesita contar con un equipo participativo, saber distribuir las responsabilidades, formar bien a los equipos de trabajo. Estos tienen que dominar, como mínimo, un idioma. Quien no sabe inglés, por ejemplo, tiene muchas dificultades para atender bien al turista, de alguna forma desentona dentro del mercado. Hay nuevos desafíos. Hoy para sacar provecho de muchos servicios o para poder realizar innumerables actividades es necesario saber manejar las tecnologías. Demitrius Bouhalis, un griego radicado en Inglaterra, destaca que quien trabaja con Turismo debe ocuparse, estar al tanto de los aplicativos para celular, para de ese modo facilitarle la vida al turista que tiene un *Smartphone*. El turista puede querer encontrar un restaurante, o un lugar específico, o consultar un mapa. Con el celular hoy es posible orientarse. Por ese motivo, quien trabaja con Turismo tiene que saber usar esos diversos aplicativos y orientar al turista para que pueda utilizarlos. ¿Cuántos empresarios o profesionales se preocupan o están habilitados para utilizar esos recursos? Veamos el caso de las Olimpiadas que van a ser en Río de Janeiro el año

Buscar conocer el cine del lugar, el teatro, la música, las artesanías, los museos, las galerías de arte. Leer sobre la historia de América Latina, leer ensayos antropológicos sobre temas culturales del país. Hacer compras forma parte del turismo, pero no lo es todo.



que viene. Los turistas, los atletas, quienes integran los equipos, y tantos otros que van a venir para el evento, cuando lleguen van a querer usar la comunicación virtual instantánea y eso precisa estar a disposición de todos ellos y de los profesionales que tendrán que atenderlos.

Para terminar nuestra charla, ¿le gustaría agregar algo más?

Luiz G. G. Trigo - Me parece interesante agregar un aspecto que considero importante del punto de vista del turista que pretende visitar y conocer los países latinoamericanos y caribeños. Sería interesante que ellos dispusieran de lo que podríamos llamar de "un mapa cultural" amplio de la región. Antes de viajar sería bueno que leyeran a algunos autores que escribieron sobre esos países, como Octavio Paz, en el caso de México, o Jorge Amado, João Ubaldo Ribeiro o Ariano Suassuna, en el caso de Brasil. Autores argentinos como Jorge Luis Borges, etc. Buscar conocer el cine del lugar, el teatro, la música, las artesanías, los museos, las galerías de arte. Leer sobre la historia de América Latina, leer ensayos antropológicos sobre temas culturales del país. Hacer compras forma parte del Turismo, pero no lo es todo. Pero sería bueno que esto no lo hiciera solo el turista. Quien trabaja en esa área también tiene que estar preparado y beneficiarse de esos elementos. Tanto el turista como el profesional deben conocer el circuito de paseos culturales, artísticos, así como la realidad del país en cuestión. Y hay mucho para conocer.

Gracias por su atención. Estoy segura de que sus reflexiones abrirán un nuevo debate y contribuirán para nuevos pensamientos sobre el tema. (T)

1 Se refiere al día 23 de marzo de 2015.



Una charla con

Rhadamés Martínez Aponte

Viceministro de Turismo de República Dominicana • r.aponte@sectur.gov.do



Foto acervo Novamerica República Dominicana



Foto José Marte

¿Cuál sería el significado y/o el rol del Turismo en las sociedades actuales de América Latina?

El turismo juega un papel importante en las economías de la mayoría de los países de América Latina, ya que contribuye significativamente con el Producto Interno Bruto (PIB) y con su crecimiento. Asimismo, es uno de los sectores de mayor ponderación en la generación de divisas, en la creación de empleos y en atraer Inversión Extranjera Directa (IED). En ese sentido, contribuye con el desarrollo y la calidad de vida de los países y, por tanto, contribuye con la reducción de la pobreza.

¿Cuál es el rol que deben ejercer los gobiernos en el área del Turismo, en las sociedades latinoamericanas?

Los organismos gubernamentales que dirigen el sector del turismo tienen, entre sus principales funciones, la formulación de políticas públicas y el velar por el cumplimiento de las mismas. En ese sentido, formula y aplica la política de promoción internacional, propone instrumentos de regulación para los prestadores de servicios, así como incen-

tivos fiscales y/o subsidios conforme la necesidad de los mismos.

Teniendo en cuenta la complejidad del actual contexto latinoamericano, ¿cuáles serían los problemas o desafíos a ser enfrentados por el sector turístico?

Uno de los principales problemas es el crecimiento desordenado del sector –incluyendo los prestadores de servicios– y la integración de la comunidad al desarrollo turístico. Uno de los principales desafíos o retos es la formulación y el cumplimiento de un plan de ordenamiento territorial, así como el desarrollo de programas o proyectos que vinculen las comunidades con el turismo para que se produzca una derrama económica justa y equitativa.

¿Qué podría decirnos sobre la relación entre Turismo, Economía y Mercado?

El desarrollo del turismo y su impacto en la economía dependerán de los resultados de la acertada gestión de mercado que lleven a cabo los sectores público y privado.

La República Dominicana, en función de su contribución sectorial al PIB, es una "economía de servicios" con una ponderación de 62.7%, para el año 2014. El valor agregado del sector turismo fue de 7.9% al PIB total, a precio corriente. Los empleados del sector turismo representan el 4% del empleo total. En 2014 el turismo ocupó el segundo lugar generador de ingresos en divisas, con alrededor de 5,600.0 millones de dólares USA.

En 2014 la República Dominicana recibió 5.1 millones de visitantes no residentes: 4.5 millones de extranjeros y 0.6 millones de dominicanos. Los extranjeros provienen principalmente de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Rusia, Inglaterra, España, Italia, Brasil, Argentina, Venezuela y Puerto Rico.

¿Cuáles serían los límites y las posibilidades de la relación entre Turismo, Educación y Formación Profesional?

La educación es la piedra inicial del desarrollo de los países, el turismo podría ser el factor de desarrollo del país y la formación profesional la consolidación del desarrollo. En ese sentido, entendemos que la formación profesional es fundamental para elevar la calidad de los servicios turísticos y parte integral de nuestra oferta. En consecuencia, seremos más competitivos, obtendremos mayores ingresos y mejor calidad de vida.

Ética, Ciudadanía y Sostenibilidad, ¿tienen que ver con el turismo?

La sostenibilidad está vinculada con el aprovechamiento racional de los recursos, en este caso turísticos, por parte de la ciudadanía y los prestadores de servicios. La ética está relacionada con la transparencia, en la oferta, de los prestadores de servicios o de la ciudadanía.

¿Cuál es la importancia del Patrimonio Cultural y Natural para el turismo?

El patrimonio natural es el principal producto de nuestra oferta turística. El cultural es un valor agregado que heredamos de nuestros ancestros y que enriquece nuestra oferta. En ese orden, contamos con alrededor de 500 kilómetros de hermosas playas, una temperatura promedio entre 25° y 30°C todo el año. Por otra parte, tenemos una Zona o Ciudad Colonial Primada de América, la primera Universidad de las Américas, entre otras primacías.

Este patrimonio natural y cultural son las principales motivaciones que tienen los visitantes para elegir República Dominicana como destino turístico. También son determinantes otros factores, como la hospitalidad y la tranquilidad, vinculados a la conducta de los dominicanos.



Foto acervo Novamerica República Dominicana

Haciendo un itinerario sobre el Turismo, la autora nos muestra un poco de los comienzos de esta experiencia cultural, volviendo al siglo XIX, época de su surgimiento en Inglaterra y Francia: dos países que históricamente disputaban no solo la hegemonía europea, sino también la creación del concepto Turismo, pasando por la hegemonía norteamericana en la segunda mitad del siglo XX, y llegando a los tiempos actuales en que, según vislumbra, existe una diferenciación entre lo que podría llamarse de viaje como experiencia y el turismo de masas.

A invenção do turismo

Margarida de Souza Neves

Professora Emérita do
Departamento de História da PUC-
Rio e Coordenadora do Núcleo de
Memória da PUC-Rio •
guidasn@centroin.com.br



Foto Adélia Maria Koff

Aeropostos repletos de passageiros. Voos para os mais variados destinos nacionais e internacionais. E, nos chamados grandes destinos turísticos, multidões acompanham em passo acelerado guias que empunham uma bandeira colorida arvorada por cima das cabeças, de forma a serem identificados e seguidos pelo grupo que conduzem pelo emaranhado de ruas ou pelo interior de parques, castelos e museus que não podem faltar nos roteiros dos visitantes.

Pelas grandes cidades, em qualquer latitude do globo, circulam um sem número de ônibus climatizados, hermeticamente fechados, com adesivos de cores chamativas e por vezes dotados de dois andares, janelas panorâmicas e sistema de audíofones

que permitem ouvir em várias línguas a descrição do que os janelões deixam ver. A voz desse guia invisível transmite a informação considerada relevante, composta de uma infinidade de nomes e datas que não serão lembrados, da caracterização arquitetônica das construções e de algum detalhe pitoresco da história ali vivida.

Nas imediações das grandes atrações, como se seguissem uma coreografia ensaiada, os ônibus libertam os viajantes neles enclausurados, ainda que por um tempo predeterminado: dez minutos para fazer uma foto da Torre Eiffel, ou melhor ainda, de si mesmo com um sorriso feliz tendo a torre, o Taj Mahal ou Machu Pichu ao fundo, graças à moda dos selfies aperfeiçoada pela novidade dos paus de selfies. Duas horas para visitar o Museu Antropológico da cidade do México, o Museu do Prado ou a casa de Pablo Neruda em Isla Negra. Meia hora no alto do Pão de Açúcar, nas ruínas de Tiahuanaco ou no Parque Nacional do Vulcão Poás. Depois disso, todos disciplinadamente voltam aos ônibus, pois ainda há muito para ver, para percorrer e para comprar nas infalíveis lojas de todos os museus, nas incontáveis barraquinhas de souvenirs ou nos indefectíveis shopping centers que em qualquer lugar do mundo abrigam as mesmas lojas de grifes famosas e alguma que outra loja de artesanato local vendido a peso de ouro.

**Para os que escolhem
deixar de ser massa
informe sem no entanto
deixar de gozar dos
benefícios de um
turismo que facilita e
torna mais acessível os
deslocamentos, a lógica
da aventura abre as portas
da descoberta do novo e
da valorização do singular,
daquilo e daqueles
que são diferentes
do que conhecemos
e do que somos.**

Talvez as cores desse retrato do turismo de massas estejam demasiado carregadas. Em seu lado mais obscuro, são esses alguns de seus traços que levam muitos a se orgulharem ao dizer que visitaram sete países em duas semanas de viagem à Europa ou a submeterem parentes e amigos ao desagradável exercício de ver milhares de fotos de viagem expostas nas telas de televisores, computadores, tablets, ou telefones celulares. Para alguns, o importante parece ser a exibição dos registros da excursão, e não a experiência da viagem.

O turismo de massas tem também um lado luminoso, quanto mais não seja pela democratização da possibilidade de conhecer mundos diferentes do seu, antes uma marca de distinção dos ricos e poderosos. Também é certo que

mesmo da janela de ônibus climatizados é possível entrever uma velhinha com seu cesto de compras repleto de frutas desconhecidas; um jovem imerso na leitura de algum livro à sombra de uma árvore que nunca havia sido vista antes; crianças com uniformes escolares estranhos e que correm pelas calçadas ou um rosto que nunca mais será revisto, mas que também não será esquecido. Pensar como serão cada uma dessas vidas que cruzaram com a nossa de modo tão fortuito quanto improvável prova que, nem sempre, o turismo de massas é massificante. E a contraprova definitiva será dada se no famoso dia livre para as compras, alguém escolher desgarrar-se do grupo para, na solidão e no silêncio, se perder e se encontrar pelas ruas de uma cidade desconhecida. Para os que escolhem deixar de ser massa informe sem no entanto deixar de gozar dos benefícios de um turismo que facilita e torna mais acessível os deslocamentos, a lógica da aventura abre as portas da descoberta do novo e da valorização do singular, daquilo e daqueles que são diferentes do que conhecemos e do que somos. Em outras palavras, torna possível a experiência da viagem.

Convém, portanto, distinguir a viagem do turismo de massas, sem deixar de relacionar uma com o outro. Ambas supõem o deslocamento físico e podem

possibilitar uma experiência de descentramento. A primeira acompanha a história dos homens e dos grupos humanos e se reveste das identidades culturais de cada época. O segundo é filho da contemporaneidade, irmão da expansão capitalista em escala mundial; dos progressos tecnológicos aplicados aos meios de transporte e à infraestrutura ligada aos grandes deslocamentos; da configuração do mundo do trabalho e da produção de modo a permitir a alguns a disponibilidade de tempo e os meios financeiros para viagens de prazer; da indústria do lazer e de sua mundialização.

Foto Adélia Maria Koff



Nesse sentido, é possível pensar no turismo como uma invenção moderna e no turismo de massas como uma experiência contemporânea.

As palavras também têm uma história, e não deixa de ser sugestivo o fato de que o substantivo turismo, referido a indivíduos que viajem pelo prazer de viajar, tenha sido dicionarizado pela primeira vez em 1811, no Oxford English Dictionary, o que não significa que não tenha sido utilizado antes disso.

Não é de estranhar que a novidade das viagens de turismo ganhe forma no eixo Londres - Paris. Inglaterra e França disputavam a hegemonia europeia e a vanguarda da cultura moderna e, também, da nova experiência cultural que representa o turismo. Por um lado, os ingleses tendem a reclamar para si a criação do conceito moderno de turismo, com o argumento de que era um hábito arraigado entre aristocratas e burgueses abastados, desde o século XVIII, complementar a educação formal de seus filhos com uma longa viagem pelo continente europeu, razão pela qual a primeira dicionarização da palavra tenha sido inglesa e o primeiro agente de turismo tenha sido o britânico Thomas Cook, que a partir de 1841 funda e expande uma extensa rede comercial de viagens. Por outro lado, os franceses alegam que já em 1838, Stendhal publicara em Paris um livro em dois volumes intitulado *Mémoires d'un touriste*, e lembravam que a raiz etimológica

da palavra turismo é inequivocamente francesa, tal como reconhece o próprio Oxford English Dictionary.

Muito mais interessante que os debates sobre a primazia no uso da palavra turismo, sobre sua etimologia ou sobre os inventores do conceito é perceber nos termos desse debate um indício de que, por volta da metade do século XIX mudava o mundo e, com ele, mudavam as possibilidades de locomoção por largas distâncias e o desejo de conhecer o mundo. Londres e Paris não disputavam para si apenas a glória de ser o lugar de origem do turismo. Disputavam, sobre tudo, o reconhecimento de ser a capital do progresso que se apresentava então como lei da história e como uma religião laica.

Por isso foi nas capitais da Inglaterra e da França que se realizaram as primeiras Exposições Internacionais, às que Walter Benjamin chamou de Lugares de peregrinação à mercadoria fetiche". Nelas os países que se viam como civilizados e progressistas expunham suas maiores realizações no campo da indústria e o exotismo assim como as riquezas naturais de suas colônias. E foram essas Exposições Internacionais um dos motores do primeiro grande crescimento do turismo em escala mundial, além de um cenário privilegiado para as transações comerciais e para a divulgação

da ideologia do progresso. Basta lembrar que à primeira Exposição Internacional inaugurada em Londres em 1851 estiveram presentes 13.937 expositores provenientes de 40 países diferentes, e que 6.039.195 de ingressos para a mostra foram vendidos.

Ainda que com a interrupção brusca das viagens turísticas durante as duas guerras mundiais, o turismo ganha, na segunda metade do século XX, quando a hegemonia norte americana se afirmou no Ocidente, contornos de atividade econômica fundamental no cenário internacional; passa a implicar amplos setores da sociedade para sua viabilização; cresce exponencialmente em escala com a melhoria das condições de vida nos Estados Unidos e na Europa; ganha novas condições de possibilidade, após a implementação do primeiro pacote turístico por avião em 1949, com a utilização prioritária do transporte aéreo; força a ampliação e a internacionalização da rede hoteleira; requer cada vez mais pessoal especializado; cria organismos reguladores internacionais tais como a União Internacional de Organizações Oficiais de

Para o bem e para o mal somos mulheres e homens de um mundo globalizado, que modificou irreversivelmente nossa percepção dos espaços físicos e simbólicos, de um mundo em que a comunicação e a informação em tempo real subverteram radicalmente nossa experiência do tempo.

Turismo, que remonta a 1925, e a Organização Mundial de Turismo, fundada em 1970 e hoje sediada em Madrid; dá origem a cursos universitários especializados e a novos campos do saber, tais como o do Direito do Turismo, já implementado em alguns países a partir da experiência pioneira na França em 1999.

Na virada do século XIX para o século XX estavam criadas as condições para que o turismo, invenção europeia do século XIX, se transformasse em turismo de massas, o que não é apenas um aumento na escala do fenômeno, mas uma nova configuração desse tipo de atividade, dos atores sociais nela envolvidos, de seu alcance econômico e de seu significado sociocultural.

Para o bem e para o mal somos mulheres e homens de um mundo globalizado, que modificou irreversivelmente nossa percepção dos espaços físicos e simbólicos, de um mundo em que a comunicação e a informação em tempo real subverteram radicalmente nossa experiência do tempo. Nesse mundo, o turismo tornou-se, definitivamente, um fenômeno de massas. Cabe a nós tecermos o presente e o futuro com o melhor desse mundo no qual não somos vítimas inertes de circunstâncias que nos são impostas, mas sujeitos ativos e críticos, capazes de saber que o turismo de massas não é necessariamente massificante, assim como o mundo globalizado não nos obriga a esquecer as exigências do local ou a avalanche de informação e as novas formas de comunicação não força a nos tornarmos reféns dos *gadgets* eletrônicos ou prisioneiros das redes sociais. Tudo dependerá do uso que fizermos das invenções que temos, hoje, a nossa disposição. 



Foto Adélia Maria Koff

O Circuito Turístico Nor Amazónico ou Nor Oriental, no Peru, oferece várias possibilidades de Turismo Temático, como o Turismo Ecológico e de Aventura, o Turismo Religioso e o Turismo Cultural. Todos eles combinam o passeio turístico com o conhecimento da cultura local e ancestral, na visita a santuários, monumentos, lugares arqueológicos, balneários e lugares considerados Patrimônio Cultural da Humanidade.

Turismo temático en el circuito Nor Amazónico del Perú

**Alejandro Camino
Condemarín**

Director de Perú Travel SAC

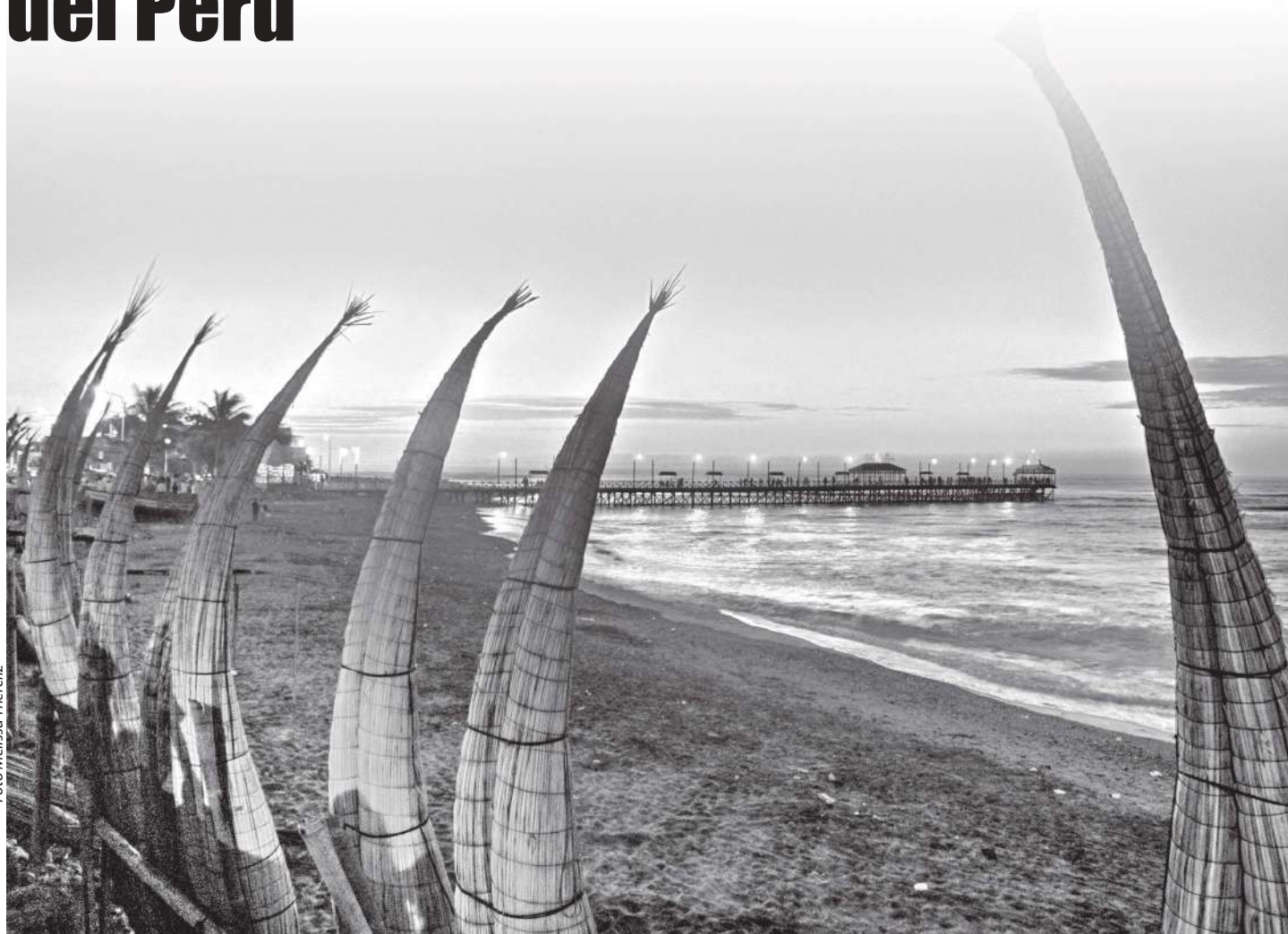


Foto Melissa Thereliz

En el mapa turístico del Perú de hoy, se pueden observar claramente dos circuitos turísticos de gran relevancia. El tradicional circuito sur, bastante bien posicionado en los principales mercados emisores del mundo, cuyo principal producto cultural y arqueológico lo constituye la ciudadela de Machu Picchu, en el Cusco, y las diversas manifestaciones de la cultura inca ubicadas en esta macro región en Puno, Madre de Dios, Apurímac, Ayacucho, Ica. Por otro lado, con un tremendo potencial turístico y abriéndose camino hacia su consolidación anhelada, gracias a sus múltiples productos de distinta temática, se encuentra el Circuito Turístico Nor Amazónico o Nor Oriental. Dicho circuito está constituido por las regiones de La Libertad,

Lambayeque, Amazonas, San Martín y Cajamarca. Este circuito, a su vez, cuenta con la ventaja adicional de estar conectado con ejes o corredores turísticos importantes que involucran a las regiones de Tumbes y Piura, Loreto y también a la región Ancash. En ese esfuerzo, este circuito intenta adaptarse a las nuevas tendencias de la demanda mundial a través de una adecuada planificación y gestión turística de cada uno de los productos que va incorporando en su oferta.

La interrelación concertada con las comunidades locales involucradas es una acción recurrente en el desarrollo de estos productos. Está claro que pueden existir tantos tipos de turismo temático como aficiones o intereses pueden tener los viajeros en el mundo. Y es allí precisamente donde radica una de las principales fortalezas de este circuito, en la gran diversidad de temas que ofrece en espacios geográficos que se ubican relativamente cerca el uno del otro. Sin embargo, hablaremos de los circuitos que ofrecen mayores productos en cada uno de los temas a describir.

Turismo de naturaleza, ecológico y de aventura

Una de las ventajas comparativas que ofrece este circuito es, como mencionamos anteriormente, la posibilidad de combinar rápidamente distintos temas de interés. Es posible, así, estar visitando un

Con un tremendo potencial turístico y abriéndose camino hacia su consolidación anhelada, gracias a sus múltiples productos de distinta temática, se encuentra el Circuito Turístico Nor Amazónico o Nor Oriental. Dicho circuito está constituido por las regiones de La Libertad, Lambayeque, Amazonas, San Martín y Cajamarca.

producto de tema cultural como Chan Chan, y luego, en contados minutos, disfrutar del mar y de la experiencia de "montar en un caballito" de totora, en el millenario balneario de Huanchaco, e incluso visitar el área natural reservada en donde crece la fibra que sirve para la elaboración de estas típicas embarcaciones artesanales; y asimismo, conocer el proceso de su fabricación. Esta actividad involucra, cómo no, a los pescadores locales haciéndolos partícipes del beneficio de la actividad turística. Todo esto complementado con una deliciosa oferta para aquellos interesados también en el tema del turismo gastronómico. Comida típica marina y los principales potajes criollos de la cocina peruana se pueden deleitar en este balneario.

Al norte, y a lo largo de la franja costera del circuito, se ubica una playa de olas muy largas como Puerto Chicama -que encandila a surfistas de todo el mundo- y otra en Pacasmayo, de viento rugiente y rauda, propicio para la práctica del windsurf y el kitesurf. Y muy cerca de estos lugares, el bosque de Cañoncillo, uno de los pocos bosques húmedos de la zona. Un verdadero oasis que cuenta además con dunas y con un sitio arqueológico.

En la región Lambayeque se puede visitar la Reserva Ecológica de Chaparrí, donde año a año se viene recuperando la población del oso de anteojos y la endémica pava aliblanca con el trabajo concienzudo de los comuneros locales. Para los amantes del avistamiento de aves, el Bosque de Pómac en Lambayeque puede marcar el inicio de una ruta de observación de aves que se extiende hasta las regiones de Amazonas y San Martín. Con poco más de 1200 aves listadas, esta ruta está conformada por diferentes puntos de observación entre los que destaca Abra Patricia y su estación biológica Lechucita Bigotona.

Como una mezcla deslumbrante y emocionante de temas turísticos, se pueden apreciar en la región Amazonas la caverna de Quiocta, la catarata de Gocta y la Laguna de los Cóndores. Todo esto inmerso en un paisaje imponente, que puede ser apreciado en una travesía terrestre de escenarios mágicos y fantásticos.

En la región Cajamarca, a pocos minutos de la ciudad -símbolo del encuentro de dos culturas- se ubica la campiña verde y vasta de esta zona ganadera por excelencia y, en la parte alta, los bosques de pino en la localidad de Porcón permiten al visitante un descanso placentero y grato. Conectado a este circuito, en dirección norte, el eje Piura-Tumbes ha desarrollado el turismo de playas, incluyendo avistamiento de ballenas y también el turismo gastronómico con una oferta que es demandada en buen número por turistas ecuatorianos.

Finalmente, en dirección sur, el eje hacia la región Ancash enlaza toda una oferta de turismo de aventura, a través de los productos especializados de trekking y andinismo en las cordilleras Blanca y Huayhuash. Para el turista convencional, la experiencia de pasear en bote en la Laguna de Llanganuco, ubicada a 3880 msnm entre los nevados Huandoy y Huascarán, es sencillamente inolvidable.

El circuito Norte cuenta con un gran número de productos en turismo cultural. Cuenta con productos de patrimonio histórico, como las zonas arqueológicas, los santuarios históricos, los monumentos históricos. Se diría que es un destino principalmente de cultura. En algún caso el producto es de tal importancia que tiene trascendencia mundial, tal como la ciudadela de barro más grande del mundo, Chan Chan, Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Turismo religioso

Nuestra población, principalmente católica y con multitudinarias y fervorosas muestras de religiosidad popular, realiza en este circuito importantes festividades que constituyen íconos representativos de la devoción popular. Eventos de fe que congregan cada año miles de fieles. Algunos de ellos, incluso, congregan la visita de turistas extranjeros, como es el caso de la festividad de la Santísima Virgen de la Puerta en Otuzco, en La Libertad. También denominada "Patrona del Norte del Perú y Reina de la Paz Mundial", la Virgen cuenta con un peculiar Museo que data de 1983 que alberga centenas de atuendos y ofrendas que los devotos le regalan permanentemente como retribución por las peticiones concedidas. El manto más antiguo en este museo es de 1868 y fue donado por el presidente peruano José Balta y Montero. Es igualmente impresionante la peregrinación de sus fieles a



Foto: Rodolfo Oliva



Foto José Alayo

lo largo de una sinuosa y empinada carretera que conduce hasta su santuario. El día central de esta festividad es el 15 de diciembre.

Otra festividad a tener en cuenta es la del Señor Cautivo de Ayabaca, en la región Piura; se atribuye a un grupo de ángeles la construcción de su imagen. Es común ver, a lo largo de muchas carreteras del país, a sus devotos ataviados con un hábito de color morado y cargando sobre sus hombros una cruz en señal de penitencia, rumbo al santuario. El día central de esta festividad es el 13 de octubre.

No menos importante es la peregrinación a la cruz de Motupe, en la región Lambayeque. La tradición de esta cruz se remonta al siglo XIX y está ligada al Fray Juan Abad. La misma se ubica en el cerro Chalpón, a 79 kilómetros al norte de Chiclayo. Del otro lado, durante todo el circuito, se puede encontrar un gran número de iglesias, exquisitas muestras arquitectónicas de la época colonial que fueron –y algunas aún lo son–, conventos o

monasterios pertenecientes a distintas órdenes religiosas. Las iglesias de El Carmen, La Merced, Belén o la recientemente restaurada Iglesia de Huamán en Trujillo, la iglesia Belén y la catedral en Cajamarca son magníficas edificaciones que se erigieron durante la colonización española. Ellas albergan maravillosas piezas de arte pictórico de distintas escuelas y decoraciones en sus fachadas, que impresionan a los turistas.

Es preciso mencionar la iglesia de Polloc, en Cajamarca, como una de las recientes maravillas de arquitectura y arte religioso. Fue erigida y decorada integralmente por los pobladores de la localidad de La Encañada, quienes gracias a una loable labor de sacerdotes y voluntarios italianos han sido capacitados en el trabajo con el mármol, en la carpintería, en el pan de oro y en los vitrales.

Turismo cultural (Patrimonio Histórico)

El circuito Norte cuenta con un gran número de productos en turismo cultural. Cuenta con productos de patrimonio histórico, como las zonas arqueológicas, los santuarios históricos, los monumentos históricos. Se diría que es un destino principalmente de cultura. En algún caso el producto es de tal importancia que tiene trascendencia mundial, tal como la ciudadela de barro más grande del mundo, Chan Chan, Patrimonio Cultural de la Humanidad. Ubicada en La Libertad, la edificación cuenta con una extensión de 20 kms².

En esta región también se encuentran las Huacas de Moche, proyecto arqueológico que desde 1990 ha desarrollado trabajos de conservación e investigación en la zona, habiéndose habilitado la visita a la Huaca de la Luna. Este centro ceremonial permite admirar murales policromos decorados con iconografía de la cultura Moche que habitó en esta zona entre el 200 y el 700 dC. La visita se complementa con un ilustrativo Museo de Sitio. La ciudad de Trujillo o centro histórico ostenta una muestra monumental de la otrora ciudad de señorío y abolengo. Es posible visitar casonas de la época colonial y republicana, algunas de las cuales son: la casa de la Emancipación, el palacio Iturregui, la casona Orbegoso, la casa Calonge, la casona del Mayorazgo de Facalá, entre otras.

Rumbo al norte, a 70 km de Trujillo, se puede apreciar el Proyecto arqueológico El Brujo, donde el descubrimiento de la tumba de la Señora de Cao cambió el concepto tradicional de sociedades gobernadas solo por hombres. La Señora de Cao

tenía el cuerpo momificado y se encontraba ataviado de joyas y ofrendas dignas solo de una gobernanta o sacerdotisa. Este hallazgo se exhibe en el Museo Cao, en las inmediaciones del sitio arqueológico.

Ya en la región Lambayeque, los Museos que puede apreciar el visitante dan muestra del poderío e importancia de los señores Moche. Destaca el Museo Tumbas Reales de Sipán y el Museo Nacional de Sicán en Ferreñafe. Cada uno alberga los hallazgos encontrados en las tumbas, así como ceramios y piezas representativas de estas culturas anteriores a los Incas. Cabe destacar los sitios arqueológicos de Ventarrón y Chotuna de más reciente apertura. Igualmente importante es el Museo Bruning. Finalmente, el sitio arqueológico de Túcume, complementa esta visita.

En la zona de Amazonas, hay múltiples sitios arqueológicos para visitar: la ciudad de los muertos, edificaciones pertenecientes a la cultura Chachapoya y enclavada en acantilados a 2329 msnm.

En la zona de Amazonas, hay múltiples sitios arqueológicos para visitar: la ciudad de los muertos, edificaciones pertenecientes a la cultura Chachapoya y enclavada en acantilados a 2329msnm. Igualmente impresionante es la visita a los sarcófagos de Karajía enclavados también en un acantilado a 2600 msnm.

Igualmente impresionante es la visita a los sarcófagos de Karajía enclavados también en un acantilado a 2600 msnm. Asimismo, los mausoleos de Revash a 2800 msnm que asemejan pueblos en miniatura.

Sin embargo, es la ciudadela de Kuelap la que representa el monumento más importante de esta región. Con 505 espacios arquitectónicos en su interior y unos 200 fuera de ella, tenía diversas funciones: administrativa, militar, ceremonial, de control y de vivienda. En Cajamarca son relevantes las necrópolis de Combayo y Otuzco, muy cerca de la ciudad. Asimismo el acueducto de Cumbemayo.

De regreso a la costa, se debe visitar el Complejo Ceremonial Kuntur Wasi y su Museo de Sitio

que exhibe una muestra muy interesante de oro, piedras semipreciosas y cerámicas.


El circuito cuenta igualmente con un número igual o mayor de recursos que aún no han sido puestos en valor o no cuentan con facilitación turística. 



Foto Mariano Bazo

Partiendo de algunas fuentes, el autor reflexiona sobre la "invasión turística" que se dio en Brasil, en 2014, durante el Mundial de Fútbol, haciendo un paralelo con los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. En esta ciudad, los impactos positivos de dicho evento llegaron con la lentitud con que se demora en construir una imagen de ciudad para el futuro. En el caso de Río de Janeiro, 2014 pudo haber sido el año de vivir los impactos de una década de aprendizaje en recibir megaeventos deportivos y, por lo tanto, de construcción de un legado.

Lamartine P. DaCosta

*Doutor em Filosofia e professor do Programa de Pós Graduação em Ciências do Esporte – Universidade do Estado do Rio de Janeiro • Brasil
lamartine@terra.com.br*

O impacto dos grandes eventos para o turismo

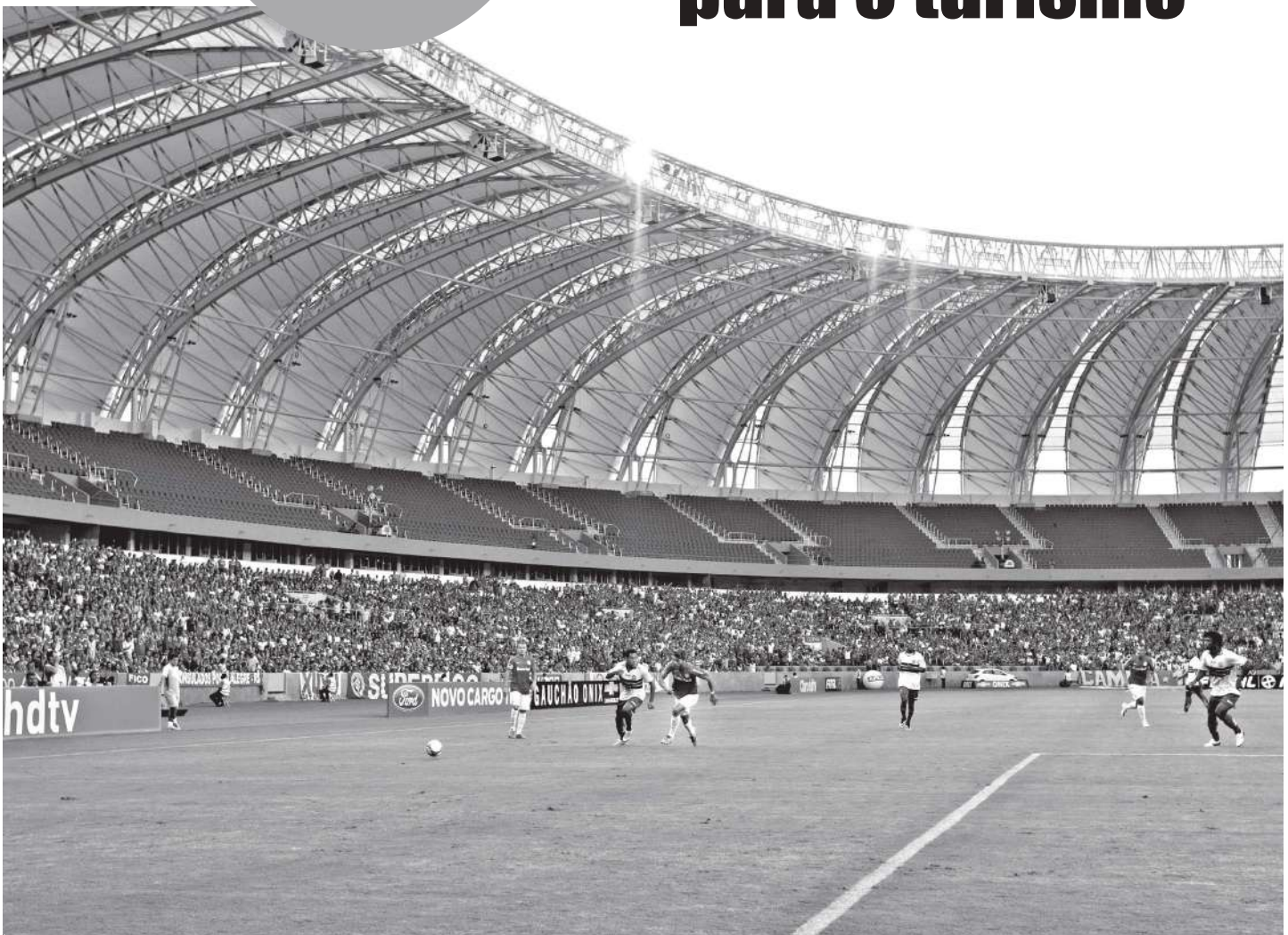


Foto: Free Internet

A Copa do Mundo de Futebol realizada em 12 cidades brasileiras entre 12 de junho e 13 de julho de 2014, deu lugar uma inédita “invasão turística” até então desconhecida no país e embora mais comum na Europa. As cidades sede da Copa localizadas no sul-sudeste do Brasil, incluindo São Paulo e Rio de Janeiro, receberam visitantes torcedores viajando por carro da Argentina, Uruguai e Paraguai. Outras “invasões” vindas do Equador, Chile e Colômbia chegaram por via aérea sobretudo descendo em Brasília e cidades do centro-oeste brasileiro. Também torcedores do México e da Costa Rica aportaram em Fortaleza com um navio transatlântico que serviu de hotel e base de deslocamentos na região nordeste-norte do país e outras mais distantes.

A novidade no caso não se referiu à origem latino-americana de visitantes para compartilhar do “Mundial” de futebol, mas à sua quantidade inesperada e à busca improvisada de hospedagem que demandou urgentes adaptações das cidades

Na área de pesquisas de turismo em particular vale fazer constar que efeitos de grandes acontecimentos esportivos quanto à expansão de visitantes surgem no longo prazo após impactos negativos de curto prazo ou nulos. O exemplo sempre citado para esta caracterização é dos Jogos Olímpicos de Barcelona de 1992, cujos efeitos positivos foram detectados ao longo de duas décadas após a realização do evento.

no acolhimento de “turistas torcedores”. Este foi o caso de Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro em que veículos argentinos, uruguaios e paraguaios concentraram-se em praças e ruas, áreas tornadas “habitáveis” por parte das Prefeituras daquelas cidades.

Esse turismo não convencional confirmou por outro lado uma certa imprevisibilidade demonstrada pelos grandes eventos esportivos em termos de assistentes não habitantes de suas cidades sede. O caso dos Jogos Olímpicos de Londres em 2012 - um dos mais bem planejados na história dos megaeventos esportivos - tornou-se típico pela desistência da maioria das reservas em hotéis nas vésperas do período das competições. Fenômeno similar ocorreu durante a Copa do Mundo de Futebol de 2010 na África do Sul quando se disseminou no jargão dos estudos sobre turismo a expressão

“crowding-out effect” para designar a ‘fuga’ de visitantes a locais congestionados em face a eventos culturais e esportivos.



Foto: Rodolpho Oliva



Foto Rodolpho Oliva

Mas a oscilação nas decisões dos participantes dos acontecimentos esportivos de destaque funcionou durante a Copa 2014 no Brasil em sentido inverso aos ocorridos previamente na África do Sul e Londres. Esses fatos, aliás, são demonstrativos da natureza ambivalente dos impactos dos megaeventos esportivos, uma concepção hoje sendo generalizada pelas diversas áreas de conhecimento que abrangem pesquisas sobre tais promoções de grande porte.

O que dizem os estudos e pesquisas

Na área de pesquisas de turismo em particular vale fazer constar que efeitos de grandes acontecimentos esportivos quanto à expansão de visitantes surgem no longo prazo após impactos negativos de curto prazo ou nulos. O exemplo sempre citado para esta caracterização é dos Jogos Olímpicos de Barcelona de 1992, cujos efeitos positivos foram detectados ao longo de duas décadas após a realização do evento. Hoje a cidade de Barcelona posiciona-se como um dos mais importantes destinos turísticos do mundo, creditando-se aos Jogos Olímpicos este notável caso de sucesso.

Segundo Ferran Brunet, economista da Universidade Autônoma de Barcelona, contumaz visitante dos meios acadêmicos do Rio de Janeiro, a explicação do longo prazo nos impactos turísticos dos megaeventos reside no fator construção de imagem. Ou seja: o impacto turístico não seria resultado do

megaevento em si mesmo, mas da oportunidade criada por ele para a projeção de imagem positiva do local do acontecimento esportivo. Nestas condições, as competições esportivas operariam sobretudo como moldura de fatos atrativos para futuros turistas, embora haja sempre uma parcela de visitantes mais relacionados ao esporte do que às atrações locais.

Do ponto de vista teórico, portanto as mencionadas “invasões” de 2014 no Brasil podem ser consideradas “molduras” dado a que se tornaram tanto um pano de fundo sociocultural das cidades visitadas e do próprio país quanto um espetáculo esportivo. Como tal, esta interpretação foi confirmada por uma pesquisa de

campo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) do Rio de Janeiro ao entrevistar 872 turistas internacionais, nas 12 cidades sede durante o período da Copa do Mundo. O estudo foi desenvolvido por Lohmann, Virkk, De Laurentis e Zouain em julho de 2014, detectando como o principal aspecto positivo do evento, com 14% das respostas, a oportunidade de conhecer costumes e cultura do Brasil, o país do futebol e declarações afins. Seguiu-se a esta constatação com 13% de respostas, os atrativos do turismo no país entre os quais com 6% de menções, a hospitalidade da população brasileira.

A pesquisa de Lohmann e associados analisou, todavia, declarações positivas correntes na mídia do Brasil e do exterior emitidas por visitantes da Copa 2014, buscando comparações com os dados das entrevistas. Os resultados confirmaram por incidências de declarações as intenções de se conhecer melhor a sociedade e a cultura do país, e as boas possibilidades de turismo e acolhimento da população brasileira; completando o quadro de reações positivas incluíram-se as vantagens das proximidades com países vizinhos, a saber: Argentina, Chile, Colômbia, Uruguai e Equador.

Outra pesquisa sobre a motivação dos turistas presentes na Copa 2014 foi desenvolvida por Rodrigo Tadini da Universidade Federal Fluminense, localizada no Estado do Rio de Janeiro. Para este pesquisador especializado em turismo, identificou-se um ambiente favorável ao convívio dos

habitantes locais com visitantes, especialmente na cidade do Rio de Janeiro onde a integração ocorreu nas ruas, praças e praias da cidade, a partir de eventos promovidos pela Organização Local da Copa, pela Prefeitura ou por entidades comunitárias.

Houve, portanto, um clima de festa no Rio de Janeiro e em diversas cidades sede que explicaria em parte o sentimento de boa acolhida manifestado pelos turistas, em especial os oriundos da América Latina. Tadini diante desta constatação referenciou em seu estudo o destaque encontrado nos megaeventos esportivos atribuído ao sentimento popular de bem estar (feel-good factor) antes comprovado na Copa de 2006 na Alemanha e nos Jogos Olímpicos de 2012 em Londres. Tais exemplos, entretanto, teriam ocorrido pela adoção de conceitos advindos do chamado “turismo de eventos” que afinal foi incorporado em 2014 pelo Rio de Janeiro, cidade já tradicional em organização de festas populares de ruas.

Em que pese as vantagens comprovadas do “turismo de eventos” experimentadas pelo Brasil durante a Copa 2014, tanto assinaladas por Lohmann e associados como por Tadini, cumpre enfatizar que estes autores focalizaram impactos negativos também identificados em seus estudos. Assim, na pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, as críticas dos turistas incidiram, pela ordem de importância, nos gastos excessivos na construção dos estádios, nos preços elevados no custo de vida do país, na corrupção de dirigentes e na infraestrutura deficiente em mobilidade urbana nas cidades. Já em Tadini a contraposição ao ambiente festivo dos eventos foi representada pelo duvidoso retorno dos gastos sob forma de legados, uma verificação sempre presente em qualquer estudo sobre grandes eventos esportivos.

Certamente as contraposições nos argumentos de Lohmann e parceiros tanto quanto de Tadini representam hoje uma caracterização típica dos estudiosos dos megaeventos. Esta afirmação apoia-se na experiência do autor do presente ensaio como editor dos pesquisadores ora em foco para o livro não comercial “O Futuro dos Megaeventos Esportivos” (Deslandes, Miragaya e DaCosta, FAPERJ:

A estimativa de impacto positivo será então confirmada em 2016 durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro, mas desde já estão surgindo sinais de um melhor ambiente de transações turísticas em face aos investimentos privados postos na rede hoteleira da cidade.

Rio de Janeiro, 2015) que reúne 58 autores em 32 estudos e pesquisas sobre a Copa de Futebol 2014 e os Jogos Olímpicos 2016.

De fato, os estudos e pesquisas sobre megaeventos esportivos em âmbito internacional ganharam impulso ao longo da década de 2000 e somente em estágios recentes passaram a ter suas conclusões generalizadas. Isto em razão da própria natureza dos grandes eventos esportivos desde sempre definidos por intervenções múltiplas nos âmbitos social, cultural, econômico, ambiental etc., cada uma delas específica em desenvolvimento e resultados finais. Contudo, a experiência no trato dos megaeventos levou a considerá-los, entre opções diversas, pelos impactos produzidos pelas intervenções tendo como referência - ou produtos finais - os legados.

Sobre os legados turísticos

Assim disposto, o caso do turismo nos Jogos de Barcelona torna-se emblemático, pois após um período imediato com mínimas reações por parte de visitantes da nova cidade olímpica, sucedeu-se um longo processo de desenvolvimento de destino turístico. Em outras palavras, o legado turístico de Barcelona consolidou-se seguindo a dinâmica dos impactos sociocultural-econômicos que implica em domínio do efeito maior, convivência entre impactos ou anulação mútua. Este construto teórico pode ser então aplicado ao Brasil e ao Rio de Janeiro, considerando a hipótese de um legado turístico em progresso resultante de impactos advindos da Copa 2014 e eventos antecedentes.

Efetivamente no Brasil e no Rio de Janeiro em particular transcorre desde 2007 a chamada “década dos megaeventos esportivos” com uma inédita concentração de grandes manifestações de esporte num só país. Assim realizaram-se os Jogos Pan-americanos de 2007 no Rio de Janeiro com porte e custos similares aos Jogos Olímpicos, seguidos em 2011 na mesma cidade pelos Jogos Mundiais Militares também adaptados aos padrões olímpicos de organização. Este processo continuou com a Copa 2014 em distintas cidades do país e deve se completar com os Jogos Olímpicos de 2016 no Rio




Foto Microgen iStock

de Janeiro. Há então um processo de aprendizagem em andamento no lidar com o turismo em grandes eventos, no qual a Copa 2014 aparentemente atingiu a fase da criação de legados.

Após impactos de turismo praticamente nulos nos Jogos Pan-americanos de 2007 e nos Jogos Mundiais Militares de 2011, a Copa do Mundo 2014 proporcionou ao país a chegada de cerca de um milhão de visitantes, contribuindo para uma arrecadação de aproximadamente US\$797 milhões em divisas, o que é considerado - segundo informe oficial do Banco Central do Brasil - como um novo recorde de arrecadação mensal. Além deste resultado, o mesmo megaevento projetou a imagem do Brasil pela TV para um público superior a 3,6 bilhões de pessoas em âmbito mundial; esta cobertura pode potencialmente gerar uma percepção internacional impactando no longo prazo os resultados do turismo no Brasil nos próximos anos, segundo estimou a Embratur, agência principal de turismo pertencente ao Governo Federal do país.

A estimativa de impacto positivo será então confirmada em 2016 durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro, mas desde já estão surgindo sinais de um melhor ambiente de transações turísticas em face aos investimentos privados postos na rede hoteleira da cidade. Dos 20 mil quartos de hotéis existentes entre 2007 e 2014 - uma das razões da estagnação turística no início da década dos me-

gaeventos - estarão disponíveis em 2016 em dobro deste número, cifra inesperada pelos organizadores dos Jogos e já considerada como "efeito Copa".

Mas finalmente para os pesquisadores dos megaeventos esportivos não se trata de surpresa tal como aconteceu com as "invasões" latino-americanas, e sim de um impacto de efeito retardado de manifestações anteriores. Um legado turístico, enfim, originado de uma longa aprendizagem. 

■
Preuss. A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*, Vol 28, Issue 3, 2011, pages 367-385.

Lohmann, Virkk, De Laurentis e Zouain. Oportunidades e desafios para inovação, com foco nos Jogos Olímpicos Rio 2016: a percepção do turista na Copa do Mundo 2014. In Deslandes, DaCosta e Miragaya (eds). Op. Cit.

Tadini. Fan Fests como estratégia de inovação em turismo para os Jogos Olímpicos de 2016. In Deslandes, DaCosta e Miragaya (eds). Op. Cit.

■

O aumento dos turistas na região indígena de Cuetzalan se apresenta como uma grande possibilidade de reativar a economia regional; mas essa reativação é possível de ser feita de forma sustentável, por meio do chamado Turismo Alternativo, que estabelece uma relação não convencional com o entorno natural e social, pois promove o uso racional dos recursos naturais e a promoção do patrimônio cultural, entre outros elementos. Cuetzalan conta com todas as condições para implantar o Agroturismo ou Turismo Agrícola, o qual permite a participação da própria comunidade indígena nos benefícios da atividade turística. Assim, a comunidade se desenvolve e a identidade se fortalece.

Turismo y cultura en las comunidades indígenas de Cuetzalan

Antonio Heredia Vázquez

*Lic. en Turismo Coordinador
general de la cooperativa de
turismo alternativo Tosepankali
• México*



Foto do acervo do Autor

En los últimos años, la economía de la región, que se sustenta de café y pimienta gorda, se ha visto seriamente afectada por la inestabilidad sufrida en el mercado por el primero, incluidas las crisis cíclicas que cada vez han sido más frecuentes y más drásticas. Una muestra de ello nos lo da el hecho de que en los pasados 15 años se han vivido dos crisis: la primera de 1989 a 1994 y la segunda de 2000 a 2014. Las principales causas de estas crisis han sido, para BEAUCAGE (2009, p. 95):

- 1 La ruptura de los acuerdos de la Organización Internacional del Café (a través de los cuales se regulaba la oferta y la demanda mediante mecanismos establecidos entre los países productores y consumidores).
- 2 El incremento drástico en la producción a nivel mundial (con sobre ofertas mayores en un 15 % respecto al consumo mundial).
- 3 El control del mercado por grandes empresas transnacionales.

Contrastando con un sector cafetalero en crisis, la región del progreso de Cuetzalan –Puebla– tiene la virtud de contar entre sus territorios con una gran cantidad de atractivos naturales y culturales, basados en vestigios arqueológicos: la zona arqueológica de Yohualichan; la arquitectura colonial; su biodiversidad; sus cascadas y ríos (Las Brisas, El Salto, Las Hamacas, entre otros), las cuevas (Ajpazat, Atepolihui, Cohuatichan, etc.) y la cultura indígena en sí misma. Todo esto ha hecho posible que la cabecera municipal sea considerada hoy como “Pueblo Mágico”. El aumento en el número de turistas y la apertura de hoteles, restaurantes y comercio dan fe del potencial que tiene Cuetzalan como destino turístico.

Ante esto, se vislumbra en la actividad turística una alternativa para la reactivación de la economía regional y para la diversificación de fuentes de

El turismo comunitario promueve el uso racional de los recursos naturales; la educación ambiental como una eficiente herramienta para el cuidado de los ecosistemas; la promoción del patrimonio cultural; el uso de tecnologías alternativas; y uno de sus puntos más importantes: la participación de la comunidad indígena local en los beneficios de la actividad turística.

generación de empleos para los habitantes de la región. Es decir, una alternativa que tiende al respeto y a la valoración de los recursos naturales y de la cultura indígena de la región.

Turismo alternativo

Una nueva vertiente dentro del turismo se abre camino como una opción posible. De hecho, promueve dentro de las exigencias ambientales lo mismo que el turismo convencional: un entorno natural limpio y de belleza única. La diferencia esencial de esta nueva modalidad turística llamada Turismo Alternativo, se encuentra en el manejo del entorno natural y social, el cual conforma su plataforma de desarrollo. A diferencia del turismo convencional de sol y de playa, cuyas premisas pretenden la mayor rentabilidad en el menor espacio y tiempo -explotando

de manera intensiva los recursos y la creación de una imagen internacional en donde no tiene cabida la comunidad local-, el turismo comunitario promueve el uso racional de los recursos naturales; la educación ambiental como una eficiente herramienta para el cuidado de los ecosistemas; la promoción del patrimonio cultural; el uso de tecnologías alternativas; y uno de sus puntos más importantes: la participación de la comunidad indígena local en los beneficios de la actividad turística, así como en el cuidado y en la correcta gestión del entorno natural –ya que es la propia comunidad quien tendrá que absorber los impactos negativos de la actividad turística en la demanda de recursos y medios.

En la actualidad, la producción orgánica y las actividades económicas de las comunidades son aprovechadas para generar atractivos turísticos que despierten el interés de todo tipo de visitante hacia las comunidades, y que permitan generar módulos de agroturismo. Los principales beneficiarios directos son los hijos de los productores.

El Agroturismo, hecho real en los “cafetales orgánicos”, es una nueva propuesta que atiende a



Foto do acervo do Autor

los jóvenes y a los productores, mediante la diversificación de ingresos por medio del turismo. Aunado a ello, el tipo de turismo que se realiza en Cuetzalan está enfocado solo en el aprovechamiento de los atractivos turísticos potenciales, como la arquitectura y la cultura indígena. El modelo de desarrollo turístico que está adoptando Cuetzalan es idéntico al turismo masivo: mayor número de usuarios en menor tiempo y espacio.

Una de las modalidades de turismo que no se ha desarrollado en el municipio de Cuetzalan -y que cuenta con todos los elementos para ello- es el agroturismo. El agroturismo o turismo agrícola parte de una cultura rural que es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y para atraer turistas con la naturaleza y, principalmente, con paisajes cultivados. La idea del agroturismo apareció hace 25 años, primero en Europa, y después en América Latina, como una estrategia para contrarrestar la crisis de la agricultura, mediante la búsqueda de nuevas ocupaciones para las

tierras ociosas, y así diversificar los ingresos de las fincas y evitar el despoblamiento.

Turismo y cultura

Hoy en día el turismo es un detonador de desarrollo en zonas de marginación, pues pasó a aprovecharse el potencial de recursos que antes no era tenido en cuenta. Y son esos recursos los que contribuyen con el desarrollo de las comunidades. Ante esta tendencia de turismo, lo que se busca es fortalecer la identidad indígena en el respeto de las costumbres y tradiciones propias y únicas de cada uno de los pueblos que integra el municipio de Cuetzalan del progreso, Puebla. Hoy en día la cooperativa de Turismo Alternativo Tosepan Kali, mejor conocida como cabañas Tosepan kali (nuestra casa en náhuatl), es una cooperativa de servicios turísticos que incursiona en un modelo de turismo comunitario indígena náhuatl, que se basa en un esquema de desarrollo sustentable, y que en la lengua náhuatl es llamado de Yeknemi-

Una de las modalidades de turismo que no se ha desarrollado en el municipio de Cuetzalan -y que cuenta con todos los elementos para ello- es el agroturismo. El agroturismo o turismo agrícola parte de una cultura rural que es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y para atraer turistas con la naturaleza y, principalmente, con paisajes cultivados.



lis. En este, se busca que los beneficiarios directos sean las comunidades; se desarrollan diferentes ecotecias que permiten reducir los impactos negativos que podría ocasionar el turismo en el ámbito cultural, natural y social de la región. Es por eso que se trabajan las siguientes alternativas: la captación del agua de lluvia; el sistema de tratamiento de aguas negras y jabonosas; la construcción alternativa a través del uso del bambú como material de construcción. En el ámbito cultural, se va más allá de la folclorización de la cultura náhuatl; se respeta y se vive la cultura, logrando crear una armonía entre los visitantes y la comunidad.

Por todo lo dicho, queda demostrado que con una política de turismo bien pensada, es posible generar beneficios directos para las comunidades, sin provocar impactos drásticos. Además, esta nueva tendencia permite que el turismo y la cultura se desarrollen desde una perspectiva comunitaria -con la venta de productos agrícolas y de las artesanías locales, que forman parte de la economía local-; y esto implica el fortalecimiento de la identidad indígena y de los valores culturales que cada comunidad indígena posee, dentro de la diversidad propia de la riqueza cultural del pueblo masehual (indígena).



Fotos do acervo do Autor

Las autoras presentan un panorama del desarrollo del Turismo, desde los años 1970 -época en que dicho fenómeno se expande mundialmente, y en nuestro continente sigue la pauta del modelo europeo y norteamericano- hasta los años 2000, en que el área crece fuertemente en términos empresariales y de oferta de cursos superiores para su estudio. Sin embargo, este crecimiento no consigue satisfacer la demanda por una formación adecuada para el mercado de trabajo. Esto porque el Turismo aún no es objeto de un planeamiento bien entendido, el cual exige, para su desarrollo, que se considere la sustentabilidad, la participación de la comunidad, de las empresas y la participación del propio turista.

Desafíos no ensino do planejamento turístico

Karina Solha

Docente do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo e do Programa de Mestrado em Turismo, da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo • kasolha@usp.br

Clarissa M. R. Gagliardi

Docente do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo • clarissamrg@usp.br

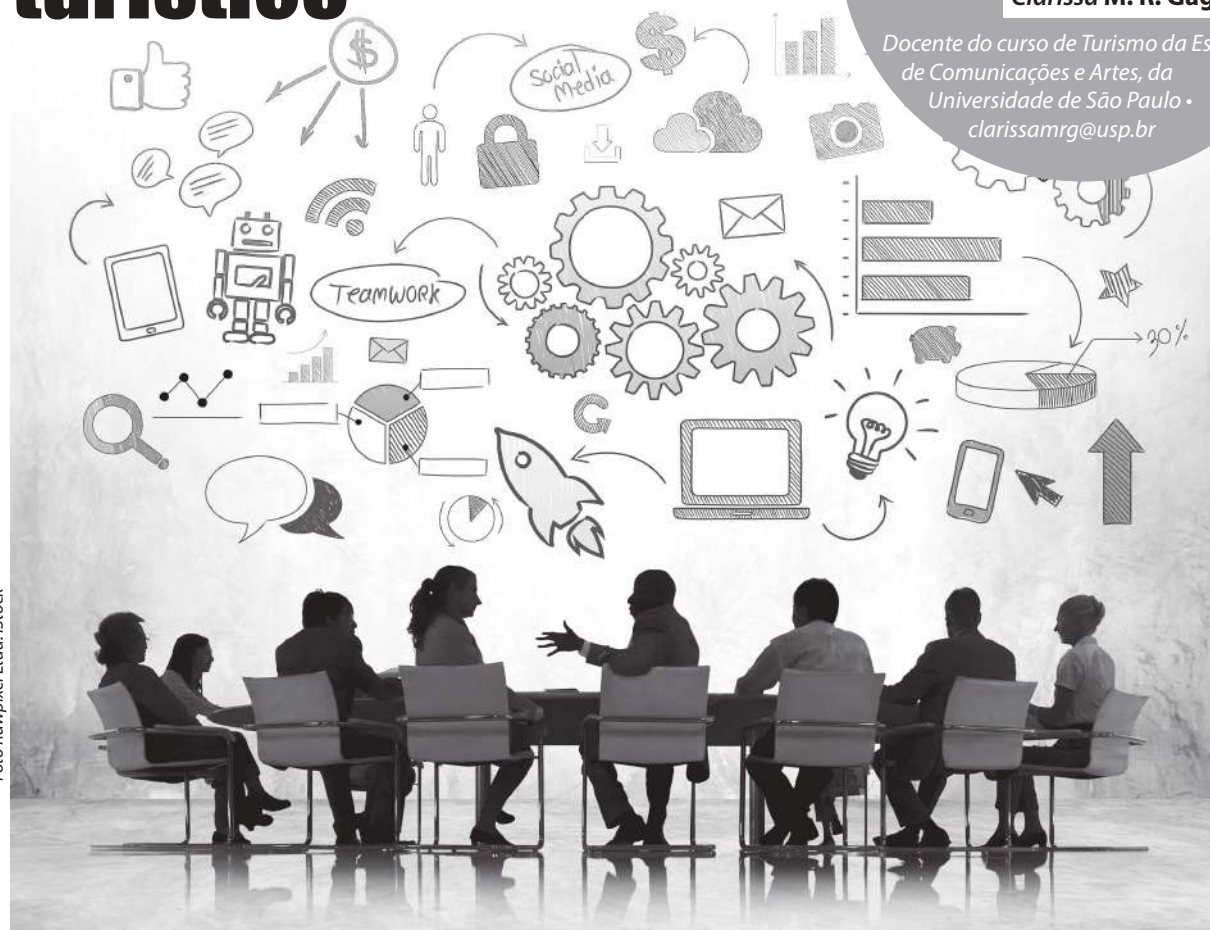


Foto: Rawpixel Ltda. iStock

Avançamos para a segunda década do século XXI e a estrutura, muitas vezes, endurecida da academia, faz com que ela incorpore com atraso as mudanças que rapidamente transformam a realidade fora dos muros da escola.

Na década de 1970, o fenômeno do turismo tornava-se mundial, destinos tradicionais na Europa e Estados Unidos se consolidavam, outros destinos surgiam. Os estudiosos mostravam sua preocupação com as consequências deste desenvolvimento espontâneo, um contraponto ao que pensavam os governos e a iniciativa privada das localidades que ansiavam pelo aumento do fluxo de visitantes. Na América Latina o turismo estava pautado pelos modelos internacionais, principalmente europeus e norte-americanos, afinal a “nossa” demanda de turistas seria garantida por este público. Tínhamos alguns poucos destinos no país, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, a pouca infraestrutura turística que possuíamos estava direcionada aos turistas internacionais e a poucos turistas brasileiros.

Década de 1980, anos difíceis para o país, crise econômica profunda. Se por um lado foi considerada uma “década perdida”, por outro sentia-se os ares da democracia, nova constituição e algum otimismo. No incipiente ensino do turismo iniciado nos anos de 1970, o acesso à informação e bibliografia internacional ainda era restrito, raríssima era a produção científica nacional e a iniciativa privada confiava de que a formação profissional na “prática” era suficiente. Sabemos hoje que não foi.

Com o tempo, o aprendizado, o acesso sempre maior às informações e ao conhecimento gerado no país e no exterior, as estratégias de ensino foram se aprimorando, mas ainda se verificava que a maior parte dos estudos não era operacionalizada. Faltavam ainda gestores públicos com formação técnica e políticos comprometidos e eram raras as oportunidades de atuação profissional para os novos bacharéis.

A década de 1990 é marcada pelas transformações na economia e na política nacional e internacional.

No incipiente ensino do turismo iniciado nos anos de 1970, o acesso à informação e bibliografia internacional ainda era restrito, raríssima era a produção científica nacional e a iniciativa privada confiava de que a formação profissional na “prática” era suficiente. Sabemos hoje que não foi.

Abriu-se espaço para a vinda de importantes empresas turísticas internacionais, o fluxo de visitantes aumentou, o mercado tornou-se cada vez mais competitivo, com isso, a percepção de que o turismo poderia ocupar um espaço importante como atividade econômica no país. O primeiro Plano Nacional de Turismo é lançado em meados de 1990, junto com um Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, finalmente uma política de turismo para nortear o desenvolvimento da atividade e orientar os investimentos. Até aqui, apenas ações pontuais e corretivas, horizonte estreito para elevar o status do turismo na agenda política.

Os gestores públicos de muitos municípios brasileiros têm a oportunidade de se capacitar, as discussões sobre o turismo se ampliam. As oficinas do PNMT pipocavam aqui e ali e parecia importante que algum processo de sensibilização para a atividade turística, a estruturação de um conselho e um fundo de turismo, por exemplo, partissem do local, do município, envolvendo todos aqueles que de alguma forma seriam enredados pela atividade localmente.

As oficinas proliferaram, as metodologias participativas do tipo ZOPP¹ eram tema quente entre os estudantes, começavam a aparecer estudos de caso de localidades que se sentiam aptas a inserir-se no mercado de turismo de forma mais qualificada. Os “Seminários dos Professores” nos idos Congressos Brasileiros de Turismo - CBTUR's, tinham enorme expressão, reunindo de professores recém graduados aos decanos que deram os primeiros passos na formação de bacharéis.

Os pesquisadores começam a publicar seus estudos e pesquisas, são criados os primeiros periódicos científicos nacionais da área. Os docentes que se dedicam a ensinar planejamento turístico dispõem de mais informações e dados para fundamentar os debates e construir seus instrumentos pedagógicos e de pesquisa. A tecnologia da informação impôs mudanças no “modus operandi” das empresas de turismo e, principalmente, no perfil do profissional da área.



Foto Gerber 86 iStock

No início do século XXI, os jovens de vários estados do país percebem uma situação mais favorável de atuação profissional na área, e iniciam seus estudos nos diversos cursos de formação em turismo. Os egressos da graduação e da pós-graduação têm as oportunidades de atuação em planejamento turístico ampliadas, seja prestando serviços para consultorias no desenvolvimento de planos e projetos, no poder público em suas diferentes esferas, como nas faculdades, assumindo disciplinas específicas na formação do turismólogo.

O espraiamento do tema pelo território porém, não foi seguido da qualificação do mercado de trabalho, nem teve o amadurecimento científico que a natureza complexa deste fenômeno exige. O que vivenciamos nos anos 1990 e 2000 foi uma proliferação de propostas de formação profissional em turismo, já abordada em muitos seminários, reuniões, publicações e estudos de muitos colegas que acompanharam de olhos arregalados o crescimento vertiginoso dos cursos de turismo em todo o país. A expansão dos cursos superiores sem a correspondente ampliação das oportunidades de trabalho e valorização deste profissional, revelou-se um momento transitório.

Planejamento turístico: uma atividade complexa, mas muito importante

Pensar desenvolvimento turístico e planejá-lo é cada vez mais complexo. Não basta o domínio de técnicas e métodos de planejamento, é necessário entender o que significa “desenvolver o turismo” e descobrir novos instrumentos que atendam às demandas presentes e futuras. Além de se considerar as questões de sustentabilidade, também é preciso encontrar estratégias para promover, de fato, o envolvimento e participação da comunidade, incrementar a organização, a qualificação e a competitividade das empresas e também considerar a presença cada vez mais forte do terceiro setor. A isto se agrega a necessidade até então pouco atendida, de conhecer o consumidor de turismo e considerá-lo um agente do desenvolvimento.

Se nos anos 1990-2000 a escala de trabalho foi local, diante do papel cada vez mais relevante das regiões metropolitanas, da dificuldade dos pequenos municípios arcarem com suas despesas e criarem sozinho oportunidades de desenvolvimento e da escala de atuação que se propõem as políticas de turismo do governo federal a partir de 2003,

que elenca entre suas missões a “redução das disparidades regionais”, urge repensar a intervenção no território e as propostas pedagógicas que tem integrado a formação do bacharel em turismo até este momento.

Com a criação do Ministério do Turismo em 2003 e do Programa de Regionalização do Turismo, que viria a ser um dos principais articuladores das ações de desenvolvimento turístico do governo federal, ainda que aquém de atingir plenamente seus objetivos, vieram à tona antigas questões a respeito do planejamento territorial e da natureza dos recursos turísticos para além das fronteiras político-administrativas dos municípios e dos estados da federação. Neste momento, nos parece importante atrelar à preocupação do planejamento local também a dimensão regional. Diante deste novo contexto, é importante rever o estudo e o planejamento do território para o turismo como

Com a criação do Ministério do Turismo em 2003 e do Programa de Regionalização do Turismo, que viria a ser um dos principais articuladores das ações de desenvolvimento turístico do governo federal, ainda que aquém de atingir plenamente seus objetivos, vieram à tona antigas questões a respeito do planejamento territorial e da natureza dos recursos turísticos.

refere à mobilidade de alunos quanto à maior interação dos docentes com colegas de universidades

um projeto mais amplo, que instrumentalize outros saberes e habilidades para além das estruturas das disciplinas tradicionais. Tendo em conta todas as premissas já estabelecidas no âmbito de cada área do conhecimento com relação às implicações do turismo, ter o território por referência significa compreendê-lo holisticamente para encarar o desafio de planejá-lo enquanto destino turístico a partir dos seus suportes e atentos às suas demandas. Pensar a formação em planejamento turístico tornou-se tarefa muito complexa.

A partir do contexto atual, observam-se outras mudanças que devem ser consideradas ao se refletir sobre a formação superior em turismo em geral e o ensino do planejamento turístico em particular. A crescente valorização das experiências acadêmicas internacionais, tanto no que se




Foto Rodolpho Oliva

estrangeiras tem ampliado o universo de análise e permitido um intercâmbio de ideias importante, assim como a disponibilidade de bases de dados nacionais e internacionais e a facilitação do acesso às revistas científicas internacionais. A internacionalização da universidade e a aproximação de alunos, professores e pesquisadores dos quatro cantos do mundo têm inserido as preocupações locais em cenários cada vez mais amplos. Além disso, a complexidade das questões que o presente nos traz, tem implicado na busca de estratégias capazes de promover uma maior interdisciplinaridade na formação acadêmica dos profissionais de modo geral.

O ensino do planejamento e as novas exigências

Agora vive-se outra dificuldade, como filtrar e selecionar a imensa quantidade de informação disponível? Como conciliar o ensino do planejamento de destinos e as novas exigências por formação em gestão de destinos? Como incorporar atuais, diferentes, e muitas vezes contraditórias, discussões acerca dos limites e das possibilidades expressas no desenvolvimento do turismo? O que se aprendeu com as experiências de planejamento do turismo no país das duas últimas décadas? Como atender à vontade natural dos alunos de aprender fazendo e ao mesmo tempo garantir que esteja acompanhada de uma formação teórica consistente? Como dimensionar os matizes dessa formação em quatro anos de graduação? É, todavia, válido promover maior aproximação com aqueles que tem atuado nos diferentes segmentos do turismo, para pensar numa estratégia de ensino do planejamento para as próximas décadas?

Construir uma proposta de ensino do planejamento na formação acadêmica e profissional do bacharel em turismo, que seja ao mesmo tempo atual e capaz de atender as demandas futuras, exige sair de uma situação conhecida e confortável para outra carregada de imprevisibilidades e surpresas, como é a realidade dos territórios objeto de estudo e intervenção com os quais lidamos cotidianamente e para os quais espera-se sempre que o turismo reverta seus benefícios. 

1 O método ZOPP: Planejamento de Projetos Orientados para Objetivos Planejamento Comunitário Interativo, aprimorado e difundido pela GTZ-Cooperação Técnica Alemã, oferece uma estrutura para apoiar o desenvolvimento de projetos, fundamentados na organizada e intensa participação de grupos de interesse em determinados temas.



Por lo general, la mayoría de los adolescentes al terminar el ciclo de enseñanza obligatoria elige su carrera por vocación. Muchos de ellos tienen en cuenta, sobre todo, las salidas profesionales que les proporcionarán sus estudios. En estos tiempos, analizar las posibilidades reales de encontrar un empleo es fundamental antes de comenzar una licenciatura, una diplomatura o un ciclo de Formación Profesional.

“La decisión de considerar el desarrollo turístico como política de Estado es un hito tan estructural como el cambio cultural que implica dejar de pensar el turismo apenas como ocio y vincularlo a más de un millón de puestos de trabajo, al impulso de las economías regionales, al crecimiento de pequeños pueblos donde otras actividades son casi imposibles de poner en marcha”. (Enrique Meyer, Ministro de Turismo de la República Argentina).

El turismo en Argentina representa más de un millón de puestos de trabajo, un dato contundente que proporciona el Ministerio de Turismo de Argentina y que acentúa el concepto de inclusión. Al mismo tiempo, cada vez son más los argentinos que realizan por lo menos un viaje al año, una tendencia que crece y habla de una economía nacional menos concentrada. En la actualidad, el 43 por ciento de los argentinos ha realizado, al año, al menos un viaje, respecto al 2006.



■ JÓVENES, ESCUELA Y DESARROLLO TURÍSTICO

Andrés Federico Leguizamón

Prof. Lic. de la Escuela Superior de Turismo y Hotelería "Marcelo Montes Pacheco". Universidad Provincial de Córdoba

Un claro ejemplo

La oportunidad de desarrollo que significa el turismo lo presentan aquellos pueblos que habían quedado aislados desde los 90, cuando quedaron al margen de la red ferroviaria, y que ahora muestran un renacimiento de esa comunidad, y la posibilidad de que algunas localidades dejen de ser la sombra de lo que fueron y recuperen su identidad. El turismo y la inclusión social van de la mano en ese sentido. Se busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extrapatrimoniales existentes en las pequeñas localidades, muchas veces no dimensionados, y generar emprendimientos turísticos auto-sustentables y sostenibles, en los que los pobladores locales sean los protagonistas activos del proceso. Protagonismo que encuentra a la juventud en una inmejorable situación para generar recursos genuinos, crear empleos y para la consecuente mejora de la calidad de vida, para el fortalecimiento de la identidad local, y para una nueva perspectiva de futuro.

De esta manera, la Escuela Secundaria es un interesante escenario para plantear la iniciación de la capacitación formal para luego insertarse en el competitivo mundo del Turismo. La Ley de Educación Nacional sostiene que la Educación Secundaria "(...) tiene la finalidad de habilitar

a los/las adolescentes y jóvenes para el ejercicio pleno de la ciudadanía, para el trabajo y para la continuación de estudios".

El Consejo Federal de Educación establece la orientación de Bachiller en Turismo como una propuesta educativa que ofrece a los estudiantes el desarrollo de saberes vinculados al reconocimiento del potencial turístico de nuestro país. Al mismo tiempo, contribuye al desarrollo de regiones y comunidades, y fortalece el compromiso de los turistas y de los actores de las comunidades anfitrionas.

Como el turismo es un sector de servicios, la calidad de la mano de obra juega un papel importante en la competitividad del sector y en la satisfacción de los turistas. La falta de mano de obra capacitada dentro de las zonas turísticas hace que las empresas importen trabajadores procedentes de otros lugares, mientras que personas de esas zonas migran en busca de trabajo.

Por otro lado, la Escuela tiene la capacidad de poder contener a jóvenes en situación de alta vulnerabilidad y a aquellos que no tienen muchas posibilidades de continuar con su educación, al brindarles, con esta formación inicial, las herramientas que les permitan insertarse en el mercado laboral.

La experiencia de los jóvenes en la escuela media está diferenciada y signada por el área de conocimiento en la que se apoya la orientación que cursan. Cuando se ha completado un trayecto dentro de cierta orientación curricular, implícitamente se ha pasado por una experiencia de formación enfocada en el conocimiento de cierto campo disciplinar, cuya impronta estará presente en las posteriores decisiones de carrera educativa de los jóvenes.



Fotos de acervo do autor

No presente texto, o autor apresenta um contraste entre o Turismo que tem nos dominado desde a segunda metade do S. XX -um turismo homogeneizador que incentiva o hiperconsumo e o hedonismo- e o turismo humanizador ou ócio humanizador, voltado ao desenvolvimento social e humano da comunidade. Um turismo que problematiza as práticas consumistas e que satisfaz necessidades humanas que transcendem a mera procura de uma emoção passageira, mas busca experiências que possam ser duradouras para as pessoas. Nesse sentido, trata-se de um turismo que é também um direito humano essencial.

La experiencia humanizadora del ocio turístico

Mag. Ricardo Lema

Universidad Católica del Uruguay

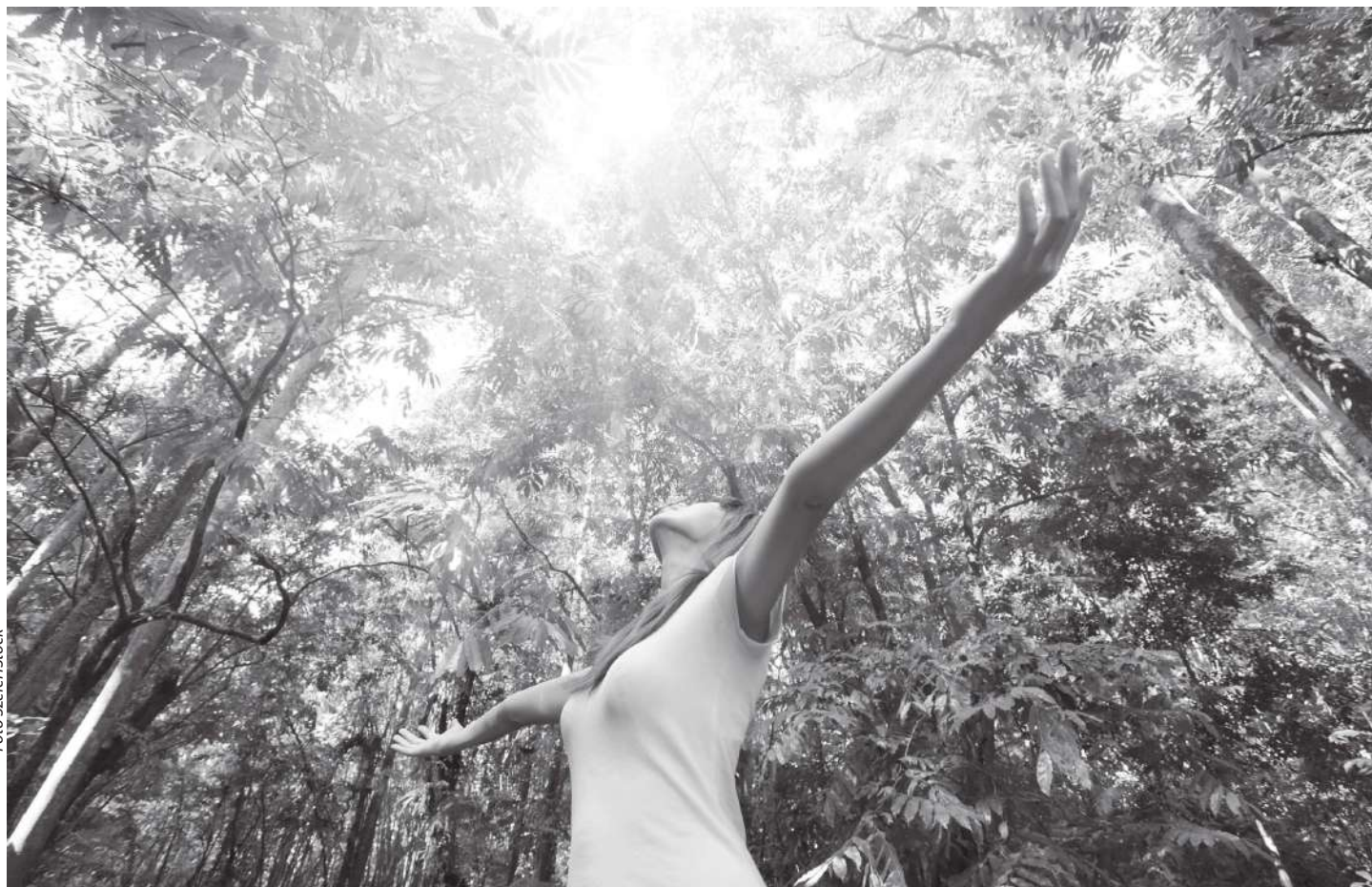


Foto Szeferi/Stock

Generalmente se valora el papel que juega el turismo como motor de desarrollo económico, y no siempre se toma en cuenta su importancia para el desarrollo social y humano de la comunidad. En este artículo se aborda el fenómeno del turismo desde su dimensión subjetiva, en cuanto a los beneficios que genera para la persona y la comunidad, como experiencia humanizadora que apunta a satisfacer integralmente las necesidades de la comunidad. El concepto de ocio enriquece al de turismo, problematiza las prácticas de consumo y promueve las oportunidades para el desarrollo de experiencias valiosas y profundas de tiempo libre. En este sentido, el derecho al turismo implica no solo facilitar el acceso a los bienes y servicios de ocio, sino especialmente promover el desarrollo de las capacidades para la construcción de sus propios satisfactores turísticos.

El turismo como experiencia humanizadora y de ocio

El desarrollo que ha tenido el turismo en el marco de la masificación del ocio, durante la segunda mitad del siglo XX, ha configurado un conjunto de prácticas de consumo y hedonismo: acceder a una propuesta hotelera *all inclusive*, un parque temático o un crucero. Son experiencias tan codiciadas como homogeneizantes. Para desarrollar una experiencia humanizante del turismo, es necesario que este movilice integralmente las necesidades del ser humano y su comunidad –sin que se vea reducido a una necesidad de entretenimiento–, y que también cumpla con la satisfacción de necesidades culturales de entendimiento, de vínculo y afecto, de expresión y autonomía, entre otras.

Desde esta perspectiva, entendemos el turismo como un satisfactor sinérgico que, al tiempo que busca satisfacer necesidades vinculadas al ocio y al entretenimiento, moviliza hacia la satisfacción de otras necesidades como subsistencia (familias que viven de los beneficios económicos del turismo), entendimiento, identidad y creación (el turismo como manifestación cultural), participación (prácticas cada vez más activas de turismo), autonomía (turismo como ejercicio de libertad en el tiempo),

El desarrollo que ha tenido el turismo en el marco de la masificación del ocio, durante la segunda mitad del siglo XX, ha configurado un conjunto de prácticas de consumo y hedonismo: acceder a una propuesta hotelera *all inclusive*, un parque temático o un crucero.

etc. Como factor de desarrollo, se trata no solo de facilitar el acceso a oportunidades y servicios de turismo, sino también a desarrollar capacidades en la comunidad para que puedan construir los satisfactores de su propia experiencia turística. Aquí está la clave para la definición de políticas inclusivas de turismo que promuevan un nuevo paradigma: como actividad humanizadora y experiencia enriquecedora en el tiempo libre.

La mirada humanista del turismo apunta a desarrollar experiencias significativas de ocio como vivencia gratuita y desinteresada que, en tanto placentera, satisface diversas necesidades

humanas y nos brinda la posibilidad de recrearnos y de proyectarnos como personas (Cuenca, 2000). Sin embargo, la sociedad de hiperconsumo nos ha impuesto un conjunto de experiencias de ocio superficiales que, si bien atienden a las necesidades de entretenimiento, inhiben la posibilidad de satisfacer otras. El turismo, por su fuerte componente de disfrute y de motivación intrínseca, tiene el potencial de constituirse en una experiencia valiosa de ocio. Para ello, hay que apostar a experiencias profundas que impliquen desafíos para el turista y le generen beneficios duraderos. Es así que muchas propuestas de turismo alternativo incorporan una dimensión de aprendizaje y de desarrollo de habilidades, de superación y de esfuerzo, etc.

Cuando estas actividades son promovidas por el turismo de masas, predomina generalmente la búsqueda de emociones intensas pero superficiales, la satisfacción inmediata con beneficios que se diluyen en el tiempo. Cuando se trabaja con la comunidad en la construcción de sus propios servicios turísticos, hallamos muchas experiencias que apuntan a una experiencia valiosa de ocio y que potencian el desarrollo humano de la comunidad.

El derecho al turismo y el papel de las comunidades

El turismo es un derecho humano esencial, aunque vulnerado en muchos sectores de la población latinoamericana. La restitución de este derecho es fundamental, en el marco de una estrategia de desarrollo humano.

Como contraposición al turismo comercial y masivo, hoy se ha extendido la denominación de turismo social, por el cual muchos esfuerzos y fondos públicos han intentado insertar a los sectores de bajos recursos en los circuitos de turismo comercial y masivo. Así, algunos gobiernos de la región han promovido el acceso a bienes y servicios turísticos para sectores de la sociedad con escasos recursos, adaptando a precios accesibles las ofertas turísticas para jóvenes, adultos mayores y trabajadores de bajos ingresos, sectores de población en los que la oportunidad del disfrute es algo que genera una satisfacción inmediata y la ilusión de un impacto significativo. Sin embargo estas ofertas implican generalmente servicios de calidad inferior y en baja temporada, y siguen dejando fuera de los beneficios económicos generados por la actividad turística a la mayoría de la población. Desde nuestro enfoque de desarrollo humano, el turismo social debe apuntar no solo a facilitar el acceso, sino a generar las capacidades en la comunidad para que sea ella misma la encargada de construir los satisfactores que atiendan integralmente a sus necesidades. Para ello, algunas estrategias han tenido éxito en varios países:

La formación de **recreadores comunitarios** en los segmentos de jóvenes y de adultos mayores para el desarrollo de propuestas de turismo y tiempo libre, que apunten a la regeneración del tejido social y promuevan la participación y empoderamiento de la estrategia por parte de la comunidad.

Promoción de **fondos concursables** para apoyar las iniciativas de emprendimientos turísticos surgidos desde la comunidad.

La promoción de **incentivos laborales** a través de mecanismos de devolución impositiva, para que las empresas en coordinación con los sindicatos desarrollen propuestas que beneficien a los trabajadores y a sus familias. Los proyectos de turismo comunitario, al tiempo que facilitan el acceso, permiten una mejor distribución de los beneficios económicos de la actividad turística y promueven prácticas alternativas al modelo hegemónico de turismo comercial y masivo.

Uruguay ha tenido un crecimiento explosivo de su sector turístico, al punto que hoy supone un 7% del producto interno bruto. Este crecimiento se dio con mucha fuerza en la primera década del siglo XX, llegando a un 183% en el período 2001/2008. Sin embargo este crecimiento no ha beneficiado por igual a toda la población: en el mismo período el empleo del sector tan solo creció un 23%. El desarrollo del sector turístico no asegura equidad en el reparto de sus beneficios.

Este crecimiento se ha dado en el sector macro turístico (servicios de hotelería, gastronomía, etc.), y en menor medida en el micro turístico y especialmente en el campo de los servicios complementarios (actividades culturales y recreativas), siendo este un freno para el desarrollo de todo el sector. La oferta complementaria no es atractiva para los grandes capitales invertidos en turismo, sin embargo es necesaria para continuar con el desarrollo del sector y para promover experiencias valiosas de ocio.

La comunidad tiene la oportunidad de desarrollar experiencias innovadoras y sustentables que democratizen el acceso al turismo y a los beneficios económicos derivados de esta actividad, al tiempo que dinamicen el sector. Desarrollar bienes y servicios complementarios, diversificar, deslocalizar y desestacionalizar la oferta para incrementar el valor de los recursos naturales y culturales, con propuestas de turismo activo, aportando innovación y creatividad a la oferta, y atendiendo a la demanda de nuevos perfiles de públicos y mercados. Proteger el patrimonio natural y cultural; generar cohesión social en las comunidades locales y generar capacidades para el desarrollo humano. Algunas experiencias de fortalecimiento de actividades turísticas complementarias, que se han desarrollado con éxito en otros países:


La creación de **Senderos de Aventura** para asegurar el desarrollo de rutas que permitan practicar senderismo y ciclismo de montaña, facilitar el desarrollo de emprendimientos locales para servicios de alimentación y alojamiento rústico (refugios).

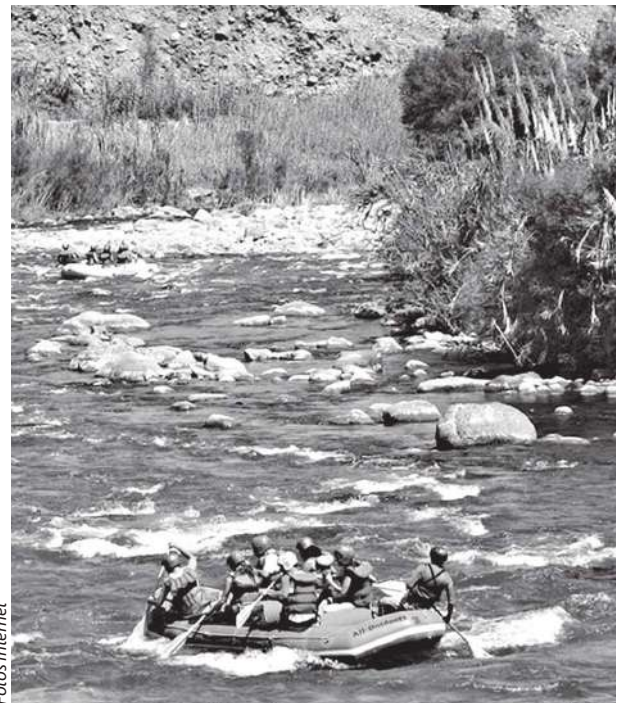
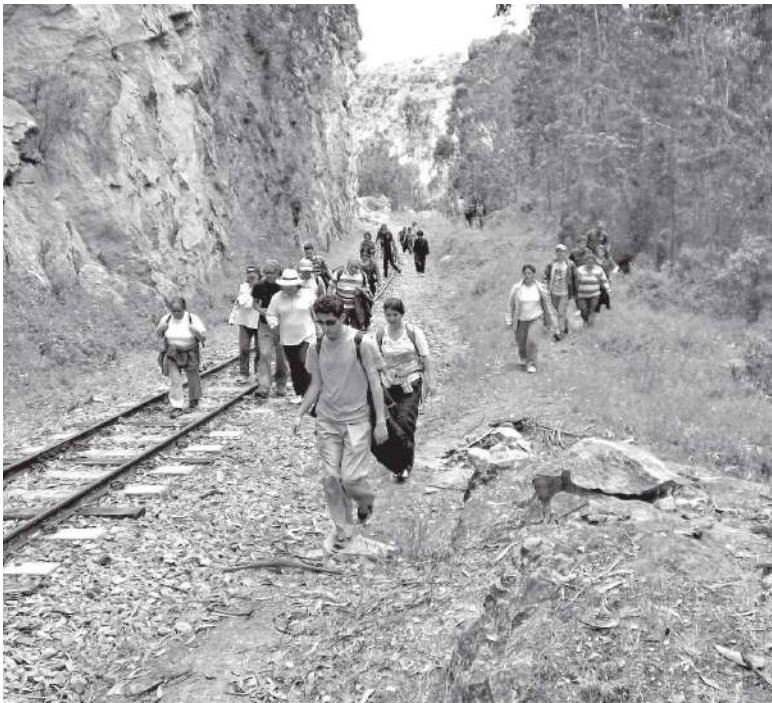
Uruguay ha tenido un crecimiento explosivo de su sector turístico, al punto que hoy supone un 7% del producto interno bruto. Este crecimiento se dio con mucha fuerza en la primera década del siglo XX, llegando a un 183% en el período 2001/2008. Sin embargo este crecimiento no ha beneficiado por igual a toda la población: en el mismo período el empleo del sector tan solo creció un 23%.

Transformación de vías férreas en desuso en Vías Verdes para la práctica de senderismo y ciclismo, recuperando las estaciones de ferrocarril para que actores locales puedan brindar servicios al turista. Promover la creación de un **Sistema de Postas de Canotaje**, en los principales cursos de agua del país, gestionada y mantenida por productores locales, facilitando el acceso a poblaciones que no acceden a canoas o no pueden transportarlas. Creación de **circuitos de cannopy y tirolesa** agregando valor a sitios naturales (parques naturales, quebradas).

Estos modelos alternativos de turismo se orientan a promover experiencias de ocio constructivas y humanizantes. Estas no solo facilitan la restitución del derecho al ocio en toda la población, sino que también favorecen el empoderamiento de políticas de turismo por parte de la comunidad.

La actual política de turismo social ha intentado atender a esta inequidad en poblaciones cuyo derecho al ocio estaba más vulnerado, pero poniendo el foco en facilitar el acceso a bienes y servicios de turismo. El enfoque aquí expuesto, en cambio, apunta al desarrollo de capacidades en las comunidades que les permitan crear por sí mismos y desde su tiempo libre satisfactores que atiendan sinérgicamente a las necesidades –de ocio y otras– de la propia población.

Para esto, es necesario reformular el Plan de Turismo Social, en base a un modelo que contemple no solo las oportunidades de acceso a los bienes y servicios, sino también el acceso de la comunidad local a los beneficios económicos que esta actividad genera, poniendo el foco en el desarrollo de capacidades locales para la construcción de satisfactores. 



Fotos Internet

CUENCA CABEZA, M. (2000). *Ocio humanista*. Bilbao: Universidad de Deusto.

MAX-NEEF, Manfred et al (1993). *Desarrollo a escala humana*, Montevideo: Nordan.

Los impactos del turismo asociados a la ocupación de los lugares turísticos, ya eran estudiados en la segunda mitad del siglo XX, como lo prueba la serie de eventos que fueron surgiendo desde la década de 1970, organizados por la OMT, la OMC y por otras organizaciones. En los años 90 se comienza a pensar en un turismo sustentable a partir del establecimiento de ocho dimensiones: ambiental, natural, social, cultural, territorial, económica, de política nacional e internacional, todas ellas a ser tenidas en cuenta si se desea una posible conciliación entre el turismo de masa y el turismo de base comunitaria.

Desafios do turismo no mundo contemporâneo

Sidnei Raimundo

Professor-doutor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), onde também orienta nos programas de pós-graduação em "Mudança Social e Participação Política" e em "Turismo". É líder do grupo de pesquisa "Territorialidades, Políticas Públicas e Conflitos na Conservação de Patrimônios".
São Paulo • Brasil
sraimundo@usp.br



Foto Christopher Futcher iStock

O turismo aparece como fenômeno social e econômico em meados do século XVIII, na Europa, notadamente na França por conta de alguns fatores associados. Avanços da ciência, como a Medicina, transformaram a visão do homem moderno sobre as praias e outros locais considerados ameaçadores dando início às primeiras viagens turísticas modernamente entendidas. As praias no imaginário da Era Medieval eram locais considerados profanos, pois não existia mar no Jardim do Éden; ou amedrontadores, porque era pela costa por onde chegavam os bárbaros invasores. Mas, no início da Era Moderna, por recomendações da Medicina que indicavam banhos de mar para tratar doenças dermatológicas, entre outras propriedades terapêuticas, fizeram a sociedade mudar seu imaginário sobre as praias.

Nessa linha, a natureza e o campo, também considerados como profanos ou símbolos de atraso cultural e econômico, passam a ser redescobertos pelas elites da sociedade industrial na Europa que buscavam locais mais salubres e aprazíveis em seu tempo de lazer. A melhoria dos meios de transportes, principalmente da ferrovia, integrando locais cada vez mais distantes, tornou lugares ermos, exóticos, pitorescos, acessíveis às elites e às viagens para lazer que passam a fazer parte do cotidiano das classes ricas.

A classe operária vai ingressar nesse circuito só na primeira metade do século XX, quando melhorias tecnológicas, mas principalmente conquistas trabalhistas como direito a férias e finais de semanas remunerados, colocaram tais segmentos da sociedade com tempo disponível para viajarem a lazer.

Mas é só após a segunda guerra mundial que o turismo apresenta um crescimento que vai colocá-lo como um dos mais expressivos fenômenos sociais e econômicos de nossos tempos. Contribuem para isso o advento do automóvel como meio de transporte individual, ou familiar, e o aumento significativo da malha rodoviária, superando a ferrovia instalada pelo menos cem anos antes. O

O turismo aparece como fenômeno social e econômico em meados do século XVIII, na Europa, notadamente na França por conta de alguns fatores associados. Avanços da ciência, como a Medicina, transformaram a visão do homem moderno sobre as praias e outros locais considerados ameaçadores dando início às primeiras viagens turísticas modernamente entendidas.

aparecimento mais intenso de empresas voltadas a esse setor, como agências, operadoras, companhias aéreas e rodoviárias, além do estabelecimento de hotéis e restaurantes nos locais visitados, consolidam o turismo como importante setor econômico, sendo em alguns países, como Espanha e França, com expressivo destaque em suas economias.

No Brasil, embora mais tardiamente, o fenômeno foi parecido, sendo eleito preferencialmente o litoral pelas elites para serem destinos turísticos, por suas características naturais e culturais e nas quais se instalaram infraestrutura hoteleira, bares, restaurantes e demais obras urbanísticas que viraram imagem do turismo brasileiro. Guarujá no Estado de São Paulo;

Guarapari, no Espírito Santo; Balneário Camboriu, em Santa Catarina; Boa Viagem, em Recife, Pernambuco, são exemplos dessa transformação.

Assim, o turismo se consolida no Brasil como importante setor. Embora as commodities no Brasil, como café, soja, carne e minérios tenham destaque na economia atual, o país deixou de ser um país agrícola, pois este setor representa, segundo dados do IBGE, apenas 3,5% da economia. Pode-se dizer também que a indústria brasileira, apesar de ser bastante diversificada, não é mais o principal setor da economia, representando atualmente em torno de 30% da economia. O Brasil é, portanto, um país de serviços, com esse setor representando 66% da economia. O turismo, inserido neste último setor, representa 3,5% de participação na economia.

Nessa abordagem, a população economicamente ativa no Brasil é de cerca de 100 milhões de pessoas, segundo o último censo de 2010. Deste total, 10% trabalham na agricultura, 19% na indústria e 71% em serviços. O turismo emprega 7,5% de pessoas neste setor de serviços.

Como visto, o turismo teve um forte crescimento no pós-segunda guerra e grande contribuição na economia do país. Mas este modelo, visto sob um prisma sociocultural e da natureza demonstrou-se inadequado, pois as formas de ocupação de locais



Foto Ispy/Friend Stock

turísticos obedeceram a uma lógica maior, de interesses puramente econômicos, voltados com frequência a grandes investidores. A população local normalmente ficava alijada das benesses trazidas pelo turismo. Igualmente e as variáveis ambientais não eram consideradas na implantação de polos turísticos gerando, frequentemente, impactos negativos.

Turismo de massa: principais problemas

A bibliografia que trata de impactos nos destinos turísticos já é bastante farta, por conta desse modelo de ocupação, denominado turismo de massas, que produzia uma infraestrutura superdimensionada à capacidade dos locais absorverem a demanda de turistas. Os principais problemas causados pelo turismo nesses locais, dizem respeito aos seguintes aspectos:

- incremento do consumo de recursos naturais, podendo levar ao seu esgotamento;
- consumo do solo e transformação negativa da paisagem pela implantação de construções e infraestrutura;
- aumento da produção de lixo e resíduos sólidos e efluentes líquidos;
- alteração de ecossistemas naturais devido à introdução de espécies exóticas de animais e plantas;
- estímulo ao consumo de *souvenirs* produzidos a partir de elementos naturais escassos;

- perda de valores tradicionais em consequência da homogeneização das culturas;
- aumento do custo de vida, supervalorização dos bens imobiliários e consequente perda da propriedade de terras, habitações e meios de produção por parte das populações locais;
- geração de fluxos migratórios para áreas de concentração turística e
- adensamentos urbanos não planejados e favelização.

Diante deste quadro de impactos negativos, instituições internacionais que tratam do turismo, como a OMT (Organização Mundial do Turismo) e a OMC (Organização Mundial do Comércio), entre outras, organizaram uma série de eventos para pensar numa nova ordem de planejar o turismo nos destinos, que estavam cada vez mais deteriorados. Tais reuniões foram realizadas no bojo das reuniões mais abrangentes da ONU sobre meio ambiente, como a de Estocolmo, na Suécia, em 1972 e no Rio de Janeiro, em 1992, a Rio-92.

Assim, acontece em 1976 (quatro anos depois da Estocolmo-72), um seminário sobre impactos sociais e culturais do turismo, promovido pelo Banco Mundial e Unesco; em 1980 é realizada uma conferência da OMT, que é considerada um marco nas mudanças de direção do turismo; em 1981 é estabelecido em Bancoc, na Tailândia, a Comissão Ecumênica em Turismo do Terceiro Mundo (ECT-WT), que propõe apoio aos modelos de turismo al-

ternativo desses países; em 1986 realiza-se evento internacional em Bad Boll, na Alemanha, que tinha como objetivos a construção de uma nova ordem do turismo; em 1989, na Polônia ocorre um encontro sobre perspectivas teóricas em formas alternativas de turismo e também em 1989, na Argélia, um seminário sobre turismo alternativo da OMT, do qual surgiu a proposta de "turismo sustentável".

Diferentes dimensões do turismo sustentável

O turismo sustentável aparece, assim, a partir do início dos anos de 1990 como uma nova abordagem na forma de pensar o turismo. Presentemente para atingir a sustentabilidade nas atividades turísticas é importante considerar 8 (oito) dimensões: ambiental, natural, social, cultural, territorial, econômica, de política nacional e internacional.

Do ponto de vista natural/ambiental, há a necessidade de avaliar os limites da natureza. Para tanto,

O turismo sustentável aparece, assim, a partir do início dos anos de 1990 como uma nova abordagem na forma de pensar o Turismo. Presentemente para atingir a sustentabilidade nas atividades turísticas é importante considerar 8 (oito) dimensões: ambiental, natural, social, cultural, territorial, econômica, de política nacional e internacional.

uma equipe multidisciplinar deve ser considerada para identificar tais limites e o empreendimento turístico deve se moldar aos limites naturais do meio e não o contrário. No que diz respeito à avaliação de impactos à natureza uma série de técnicas já estão consagradas, tendo sido criadas, principalmente, pelos serviços de parques dos Estados Unidos, do Canadá e da Austrália. As principais técnicas para avaliação de limites da natureza frente à visitação são: Capacidade de carga; VIM (Visitor Impact Management) ou (Manejo do Impacto da Visitação); LAC (Limits of Acceptable Change) ou Limite Aceitável de Mudanças; VERP (Visitor Experience and Resources Protection); TOMM (Tourism Optimization Management Models); ROS (Recreational Opportunity Spectrum); VAMP (Visitor Activity Management Process).

Não há espaço aqui para discutir mais pormenorizadamente essas técnicas. Mas, em linhas gerais, elas trabalham com o estabelecimento de indicadores



Foto Morgue File Daniel Sinoca

de impacto. A equipe de especialistas deve levantar quais são esses indicadores, ligados ao solo, à vegetação, entre outros, e ao *trade* turístico cabe a função de monitorar tais indicadores para verificar suas conformidades.

Do ponto de vista cultural, social e territorial, considera-se como premissa que haja acordos de usos entre os investidores de empreendimentos turísticos e as comunidades receptoras no que se refere aos espaços sociais. Processos de planejamento e gestão participativos, envolvendo a comunidade local nos processos de tomada de decisão são fundamentais para atingir a sustentabilidade. Contudo, é preciso considerar a participação como um processo real de envolvimento da comunidade, evitando um caráter “cosmético” e “utilitarista”. Ou seja, não se pode considerar como participativo, processos que realizem, para implantação de projetos turísticos, reuniões mal organizadas apenas para legitimar decisões externas, ou apenas para coleta de dados sem, posteriormente, dar retorno às aspirações e necessidades das comunidades.

Nessa linha, o turismo de base comunitária tem ganhado força como elemento de empoderamento da comunidade local. Pois essa forma de planejar o turismo tem uma forte característica no associativismo e nas cooperativas, nas quais as comunidades organizam arranjos produtivos locais. Desenvolvem-se, assim, atividades econômicas associadas à exploração do turismo, levando o turista a interagir com as características naturais e socioculturais das comunidades receptoras. O Ministério do Turismo apoia iniciativas de projetos que levem em consideração os seguintes aspectos: contribuam para a geração de emprego e renda locais; fortaleçam a governança local, em articulação com os demais atores envolvidos na atividade turística; diminuam as fugas de renda geradas por investidores externos à localidade; promovam padrões de qualidade e de segurança da experiência turística, tanto para a comunidade anfitriã quanto para os visitantes.

O turismo de base comunitária, em sua forma associativa de organização, permite considerar a

O turismo de base comunitária, em sua forma associativa de organização, permite considerar a dimensão econômica. Pois além de minimizar as fugas de capital, se apoia em bases da economia solidária, na qual a produção de bens e serviços ligados ao turismo é realizada de modo autogerido.

dimensão econômica. Pois além de minimizar as fugas de capital, se apoia em bases da economia solidária, na qual a produção de bens e serviços ligados ao turismo é realizada de modo autogerido.

Assim, o turismo sustentável se reveste de uma grande complexidade, embasada nessas dimensões. Para atingi-lo é necessário considerar os limites da natureza, as aspirações e necessidades da comunidade local em sua relação com investidores externos, uma mudança na filosofia econômica, apoiada em princípios da solidariedade. E os acordos, as fragilidades e desafios encontrados numa localidade devem ser transformados em planos (de manejo, diretores, de uso turístico, entre outros instrumentos de

planejamento), como elementos contribuidores de uma política nacional e internacional para o desenvolvimento humano. (A)

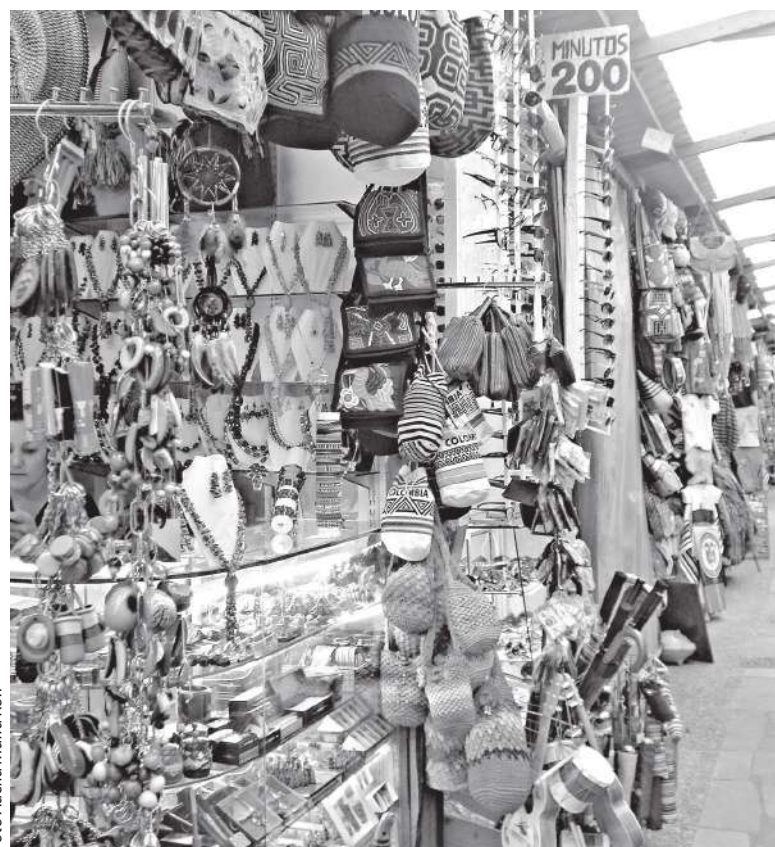


Foto Adélia Maria Koff



■ TURISMO EM FAVELAS: UMA PRÁTICA DE PERTENCIMENTO E RECONHECIMENTO SOCIOCULTURAL

Jorge Luiz Barbosa • jorgebarbosa390@gmail.com
Monique Bezerra da Silva, Brasil

As favelas são territórios de experiências e desafios. Em seus becos, ruas e praças estão os múltiplos encontros de sociabilidade. A expressão da pluralidade de vivências culturais, afetivas e existenciais se fazem presentes na cidade, sobretudo nas favelas. Entretanto, a uniformização da vida cultural enfraquece a inventividade, o significado do conviver e do aprender com a presença do outro (BARBOSA, J.L. e GONÇALVES, 2013).

Por outro lado, atualmente as variáveis das novas demandas turísticas surgem com base em outros valores, com a sufocação do uniforme e o declínio do turismo de massa, os turistas buscam o protagonismo em suas ações, sendo responsáveis e solidários em seus intercâmbios, onde a vivência da atividade turística é tida como uma experiência dialógica.

Para o economista franco-marroquino Hassan Zaoual (2008), o reconhecimento intercultural pode significar uma mudança estrutural no turismo, que tem como característica uma nova demanda por diálogo e encontro, isto é, um diálogo de sentidos entre visitantes e visitados. Temos então uma prática que valoriza os sujeitos sociais, sua história e sua cultura, que são as principais características do chamado

“turismo situado”: baseado no saber local, construído em conformidade com o próprio meio.

As favelas se transformaram em destinos turísticos, sobretudo para o cenário internacional que, desde o começo do século passado, demonstrou a procura pela favela como expressão do desejo de se conhecer o exótico. (SAMPAMPINATO, 2009)

Após a instalação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), a atividade turística se faz cada vez mais presente nas favelas cariocas. Na visão do turismo situado, a favela é entendida como um sítio simbólico de pertencimento, um lugar feito de relações, de empoderamento da qualidade de vida local e valorização da identidade cultural, “uma entidade imaterial, invisível que impregna secretamente os comportamentos individuais, coletivos e todas as manifestações materiais de uma dada região” (ZAOUAL, 2008, p.7). Sem dúvida, a maior mudança trazida pelo mercado do turismo para esses territórios é a visibilidade, onde o protagonismo dos moradores visitados emerge como característica principal (SPAMPINATO, 2009), atraindo atenção para a diversidade de seus modos de vida, fazendo com que a favela se afirme em seus pertencimentos, potencialidades e vivências socioculturais. Porém, há o risco da sua transformação em “commoditie”, como um espetáculo a ser vendido, que contribui ainda mais com a não superação das desigualdades sociais.

De acordo com Spampinato (2009, p.142), “as vielas da favela e as redes de relações e atividades nelas sediadas se tornam o cenário e o ponto de partida para a proposta autóctone de passeios turísticos” e, concomitante a isso, se apresentam “maneiras através das quais a atividade turística pode ser um ulterior fator de integração e consolidação de um determinado território”. Portanto, se faz necessário tornar a favela um espaço de compartilhamento de vivências humanas, promovendo a experiência dialogal entre seus moradores e turistas. Para isso, políticas públicas devem ajudar garantindo segurança, mobilidade e acesso a equipamentos culturais, criando possibilidade de encontro e fazendo com que os moradores das comunidades sejam respeitados e reconhecidos como sujeitos de direitos e não como clientes ou consumidores.

BARBOSA, J.L. e GONÇALVES, C. Solos Culturais. Observatório de Favelas Secretaria de Cultura do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

SPAMPINATO, E. (2009). Turismo em favelas cariocas e desenvolvimento situado: a possibilidade do encontro em seis iniciativas comunitárias. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: < http://www.ivtrj.net/ivt/bibli/elisa_spampinato.pdf >. Acesso em: abril, 2015.

ZAOUAL, H., 2008, “Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transações?”,

Caderno Virtual de Turismo, vol. 8, n. 2, pp. 1-14.

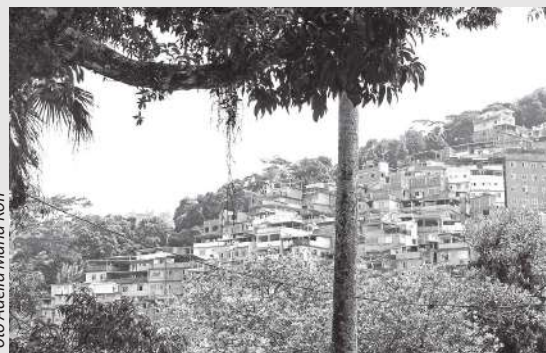


Foto Adélia Maria Koff



LIBROS LIVROS

GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO NO BRASIL: TEORIAS, METODOLOGIAS E APLICAÇÕES

Thiago Duarte Pimentel, Magnus Luiz Emmendoerfer e Edegar Luis Tomazzoni (Orgs.)

Considerando a ausência de obras referenciais sobre a gestão pública do Turismo no Brasil, acreditamos que este livro possui uma série de aspectos que o torna relevante, a saber: (a) demanda crescente por parte de cursos de graduação e também de pós-graduação por este tipo de material; (b) a consolidação de espaços cada vez mais expressivos envolvendo este tipo de discussão, por exemplo, através de difusão de grupos, linhas, laboratórios e centros de pesquisa sobre a temática em questão no país; (c) a crescente produção nacional sobre o tema e, por fim, (d) a possibilidade de contribuir para a melhoria da formação profissional em turismo, através da difusão da produção científica brasileira, em suas múltiplas facetas e especificidades regionais, teóricas e práticas, que levem os pesquisadores e profissionais à reflexão e ação na sua realidade imediata.

Caxias do Sul: EDUCS, 2014, 528 p.

TURISMO COMUNITÁRIO, SOLIDÁRIO E SUSTENTÁVEL: DA CRÍTICA ÀS IDEIAS E DAS IDEIAS À PRÁTICA

Carlos Sampaio, Christian Henríquez e Cristiane Mansur (Orgs.)

A obra apresenta uma reflexão "crítica" sobre o pensamento no processo de desenvolvimento do Turismo comunitário, apresentada desde uma outra racionalidade e trabalhada desde uma perspectiva transdisciplinar "ideias". Valoriza-se o conceito de território e a pesquisa-ação participante que mescla conhecimento científico e sabedoria tradicional "prática". Este livro é recomendado a professores, pesquisadores, estudantes, ativistas socioambientais, membros comunitários e simpatizantes da chamada eco-socioeconomia.

Brasil, Edifurb, 2012, 239 p.

ANAIS DO IX CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Karina Toledo Solha (Org.)

O conjunto de textos aborda questões relacionadas ao Turismo rural comunitário, destacando aspectos da organização e da articulação dos empreendedores de turismo rural no desenvolvimento deste segmento do

Turismo. A diversidade e a qualidade dos textos contribuem com os debates sobre os diferentes aspectos do desenvolvimento do Turismo rural expressos nas temáticas dos sete Grupos de Trabalho: como Inovação e Empreendedorismo no Turismo Rural; Políticas Públicas, Desenvolvimento e Turismo Rural; Associativismo e Redes no Turismo Rural; Meio Ambiente e Turismo Rural; Demanda e Marketing Turísticos em Áreas Rurais; Patrimônio, Paisagem e Cultura no Turismo Rural e Temáticas emergentes em Turismo Rural.

São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, 2014. 1800 p.

TURISMO Y POBLACIONES VULNERABLES, UN VIAJE DE LAS COMUNIDADES HACIA SU PROPIO ENCUENTRO

Fredy A. Ochoa F. et all.

La Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia presenta seis casos de procesos de extensión social con comunidades en situación de vulnerabilidad de diferentes regiones que buscan hacer del Turismo una alternativa para mejorar su calidad de vida. Los seis casos tienen varias apuestas en común: el empoderamiento de poblaciones de base con miras al desarrollo local mediante el establecimiento de redes de colaboración estratégica, el autorreconocimiento de los valores culturales y sociales de dichas poblaciones, y la apuesta por tipologías emergentes de Turismo. En respuesta a la problemática de pobreza e inequidad del país, el libro presenta el caso de emprendimientos de minorías étnicas del Pacífico colombiano.

Editorial Departamento de Publicaciones Universidad Externado de Colombia, 2013, 316 p.

TURISMO Y CULTURA. RETOS Y PERSPECTIVAS EN AMÉRICA LATINA

Julián Osorio y Edna Roza

Este libro es un proyecto académico en el que se presentan diversos debates teóricos, reflexiones, casos de estudio y experiencias que profundizan diversos ejes de análisis sobre el fenómeno turístico, sus impactos, tensiones y prácticas sociales relacionadas con la cultura. Es un aporte al análisis y profundización de esta temática, dada su importante trascendencia en América Latina.

Editorial Departamento de Publicaciones Universidad Externado de Colombia, 2013, 516 p.

SEGUNDA RESIDÊNCIA, LAZER E TURISMO*Maria Aparecida Pontes da Fonseca (org.)*

A publicação organizada por Maria Aparecida Pontes da Fonseca é mais um produto sobre o fenômeno da "metropolização turística". A coletânea analisa o tema da "segunda residência" vinculando-o ao lazer e ao turismo e, especialmente, à evolução da ocupação econômica imobiliária das faixas de praia do litoral do Nordeste brasileiro, ocorrido no século passado.

*Brasil, Ed. Natal/RN, 2012, 224 p.***LA ESPIRITUALIDAD COMO RECURSO TURÍSTICO: PROPUESTAS***Agustín Ruiz Lanuza et all (coord.)*

Las reflexiones académicas contenidas en el presente libro son producto del trabajo multidisciplinario y colaborativo desarrollado por los profesores participantes, mismos que cultivan la Geografía, la Historia, la Economía, la Arquitectura, la Sociología y el Turismo de manera conjunta y con un enfoque transversal. Disponible en: http://issuu.com/rigamu73/docs/libro_agustin1issu_galeras

*México, Universidad de Guanajuato, 2013, 201 p.***TURISMO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E CAPACIDADE DE GESTÃO - DESENVOLVIMENTO REGIONAL, REDE DE PRODUÇÃO E CLUSTERS***Mario Carlos Beni (org.)*

Este livro expõe a visão de quatro dezenas de especialistas brasileiros, ao longo de 29 capítulos, que trazem propostas para a organização e articulação do turismo ao longo de seus eixos conceituais, cadeias produtivas e clusters que reúnem novas configurações de serviços e produtos. A obra é dividida em três partes: políticas públicas e planejamento de espaços turísticos; sustentabilidade e instrumentos de apoio ao planejamento.

*Brasil, Ed. Manole, 2012, 594 p.***GRINGO NA LAJE: PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO DA FAVELA TURÍSTICA***Bianca Freire-Medeiros*

Por meio de uma pesquisa socioetnográfica, a autora busca compreender os novos arranjos sociais que permitem emoldurar, anunciar, vender e consumir a pobreza, atribuindo-lhe um valor monetário acordado entre promotores e consumidores no mercado turístico. A pesquisadora esteve nas *townships* da África do Sul e em Dhavari, considerada a maior slum da Índia, mas é a favela carioca da Rocinha seu grande foco de interesse. Disponível também em *E-book*.

*Brasil, Editora FGV, 2008, 164 p.***DESARROLLO, SUSTENTABILIDAD Y TURISMO: UNA VISIÓN MULTIDISCIPLINARIA***José Octavio Camelo Avedoy y Luz Angélica Ceballos Chávez (Coord.)*

La presente obra contiene interesantes capítulos que sirven para observar cómo el turismo es multifacético y a su vez establece una multiplicidad de eventos que no siempre aportan para un estado sustentable de las diferentes regiones turísticas. La riqueza del libro se fundamenta en la visión multidisciplinar de los autores, que contribuyen a la generación de estudios de casos y de análisis teórico respecto a la sustentabilidad del turismo, como objeto de estudio que entrelaza la multidisciplinariedad antes mencionada. Disponible en PDF en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1223/globalizacion-turismo-desarrollo.html>

*México, Universidad Autónoma de Nayarit, 2012, 184 p.***TURISMO Y ANTROPOLOGÍA. MIRADAS DEL SUR Y EL NORTE***Alicia Castellanos y Antonio Machuca (Coord.)*

Las temáticas expuestas por investigadores(as) de institutos, universidades nacionales e internacionales durante casi tres años de existencia del Seminario sobre Antropología y Turismo, que se presentan en este libro, se han desarrollado sobre distintas líneas que van desde los aspectos históricos y conceptuales del turismo como un proceso intercultural y global y sus impactos, al turismo alternativo, la cultura y el patrimonio cultural en las políticas públicas sobre turismo y legislación.

*México, Editorial Casa Juan Pablos, 2013.***¿EL TURISMO ES COSA DE POBRES? PATRIMONIO CULTURAL, PUEBLOS INDÍGENAS Y NUEVAS FORMAS DE TURISMO EN AMÉRICA LATINA***Raúl Asensio y Beatriz Pérez Galán (Editores)*

Los estudios que aquí se recogen constituyen una selección de los presentados en el simposio *Cultura, Turismo y Desarrollo. Conflictos, prácticas y representaciones turísticas desde y sobre las culturas indígenas en América Latina*, que se celebró en el marco de 54 Congreso de Americanistas realizado en Viena, en julio de 2012. El objetivo de los textos es analizar los procesos de patrimonialización que experimentan las culturas indígenas de América Latina, en el contexto de la extensión de iniciativas de turismo rural sostenible entendidas como herramientas de lucha contra la pobreza. Con este libro pretendemos indagar qué sabemos de esos procesos, cómo funcionan en la práctica y en qué medida su estudio puede contribuir a interpretar las transformaciones socioculturales, políticas y económicas de las sociedades rurales e indígenas en varios países de América Latina. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita8.pdf>

Perú, Edita Asociación Canaria de Antropología e Instituto de Estudios Peruanos, 2012, 258 p.



SITIOS SITES

<http://www.ecobrasil.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>

O Instituto Ecobrasil tem como missão fazer do Brasil um destino turístico confiável e sustentável. Para isso, seus principais objetivos são se tornar uma importante rede de troca de informações e uma alavanca para o desenvolvimento sustentável do turismo no país. Defende os interesses da organização nacional e internacional, buscando atingir estes objetivos por meio da promoção da participação de comunidades em projetos; da disponibilização de informações; da criação de banco de dados sobre projetos, programas, estatísticas e de formação de recursos humanos; da formação profissional e da capacitação técnica com a realização de cursos ou viabilizando oportunidades para acesso a cursos nacionais e internacionais; da avaliação, do monitoramento e da divulgação dos impactos positivos ou negativos sociais, culturais e ambientais resultantes de atividades turísticas.

<http://aokatours.com.br/index.php>

A Aoka Tours é a primeira operadora de turismo sustentável do Brasil e oferece uma proposta inovadora de viagens, transformando roteiros de ecoturismo em verdadeiras experiências de vida. Seleccionamos os destinos mais incríveis do mundo e apoiamos a preservação de sua cultura e do meio ambiente, gerando impacto positivo aliado aos pilares da sustentabilidade. Além da experiência individual do visitante, o modelo de negócio social da Aoka Tours contribui com as comunidades locais através da inclusão social, geração de renda e incentivo ao empreendedorismo de pequenos negócios relacionados ao turismo, como a valorização da cultura local e a troca de conhecimentos entre comunidades e visitantes, visando solucionar problemas locais.

<http://observatorioturisticodelperu.com/>

El Observatorio Turístico del Perú es un instrumento de investigación científica y de orientación profesional en todo lo que se refiere a las actividades turísticas, que promueve el sector empresarial privado y el sector público, que emerge como respuesta a la carencia de información oportuna, eficaz y veraz para la toma de decisiones gerenciales, así como la ausencia de inves-

tigaciones científicas y operativas en el sector turismo. Además, busca el conocimiento necesario para viabilizar la formulación de estrategias coherentes para el desarrollo turístico nacional y regional, en el contexto de la sostenibilidad turística y el comercio justo.

<http://www.turismoaccesible.com.ar/seguridad/index2.htm>

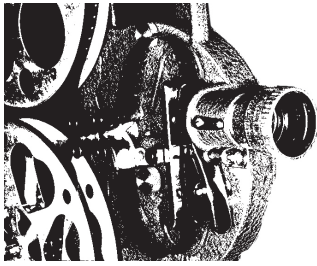
La Fundación Turismo Para Todos entiende por seguridad turística la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. La página ofrece un sistema de comunicación integral, denominado *Sistema Virtual Informativo Nacional de Seguridad Turística*, el cual está orientado a temas relacionados a la seguridad durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación. Dicho sistema se elaboró con un fin eminentemente educativo y formativo como una forma de crear, a partir del conocimiento, una conciencia con relación a esta temática particular.

<http://turismomedico.org/>

Es el primer sitio especializado de turismo médico en América Latina, cuyo principal objetivo es brindar y compartir información relevante y actualizada sobre el turismo médico en América Latina. Sus principales secciones son: Consultoría en turismo médico, artículos, noticias, eventos volcados a esa área, webinars sobre turismo médico y contribuciones.

<http://www2.unwto.org/es>

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. Entre sus miembros figuran 156 países, 6 miembros asociados y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.



PELÍCULAS FILMES

O SAL DA TERRA

Nos últimos 40 anos, o fotógrafo Sebastião Salgado tem viajado através dos continentes, aos passos de uma humanidade sempre em mutação. Ele testemunhou alguns dos principais eventos da nossa história recente; conflitos internacionais, a fome e o êxodo. Ele agora embarca na descoberta de territórios imaculados, da flora e da fauna selvagem e de paisagens grandiosas como parte de um enorme projeto fotográfico. Uma homenagem à beleza do planeta. Vida e obra de Sebastião Salgado são reveladas a nós por seu filho, Juliano, e pelo renomado diretor Wim Wenders.

Direção: Wim Wenders e Juliano Ribeiro Salgado

Gênero: Documentário

Brasil-França, 2014, 110 min.

EM BUSCA DE UM LUGAR COMUM

Rio de Janeiro, 2011. Anunciadas mundo afora como principal cenário das mazelas sociais brasileiras, as favelas cariocas se consolidaram como um dos pontos turísticos mais visitados do Rio, produzindo não só a remodelação dos roteiros turísticos tradicionais, como uma mudança nas memórias que os estrangeiros guardam da cidade. Imerso nos passeios pela Favela da Rocinha, o documentário investiga os desejos e as imagens envolvidas na construção deste disputado destino turístico. Um mercado que, atento às demandas, não cessa em projetar seus novos atrativos.

Diretor: Felipe Schultz Mussel

Gênero: Documentário

Brasil, 2012, 80 min.

ECO DE LA MONTAÑA

Eco de la Montaña presenta una mirada a la vida y obra de Santos de la Torre, un gran artista Wixárika (huichol) que, al igual que su pueblo huichol, vive en el olvido. El público conocerá el infortunio de este artista, quien a pesar de ser autor de un gran mural en el museo Louvre, vive aislado e ignora-

do en su propio país. Seguiremos a Santos en su peregrinaje a Wirikuta donde pedirá permiso a los dioses para hacer un nuevo mural. Junto con él llevaremos a la audiencia en un viaje que recorrerá los 620 kilómetros de la "Ruta del Peyote": ruta que está en peligro de desaparecer salvo que sea protegida por la UNESCO.

Dirección: Nicolás Echevarría

México, 2013, 94 min.

GRINGO TRAILS

Un nuevo documental sugiere que el turismo está fuera de control en algunas partes del mundo, perjudicando irreversiblemente el medio ambiente y las culturas indígenas. *Gringo Trails*, una película realizada durante más de una década por la antropóloga estadounidense Pegi Vail, muestra los efectos del no planificado o mal dirigido crecimiento de la industria del turismo en países en vías de desarrollo.

Diretora: Pegi Vail

Gênero: Documental

Estados Unidos, 2013, 79 min.

SIBAÚMA: UM POVO DE FIBRA

O filme mostra a vida de uma comunidade quilombola situada no Estado do Rio Grande do Norte, perto da Praia de Pipa, suas origens e a forma como foi evoluindo a vida da comunidade e suas dificuldades para sobreviver. No filme há diversos depoimentos sobre o Projeto Nova Pipa, que poderá mudar a vida da população local ao incentivar o desenvolvimento turístico na região.

Direção: Sara Vasconcelos

Gênero: Documentário

Realização do Departamento de Comunicação Social da UFRN.

Brasil, 2006, 21 min.

Disponível em youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=Y36WfjvYOA>

<https://www.youtube.com/watch?v=48BuLgCEq8g>

<https://www.youtube.com/watch?v=dj4jDGNnXr8>

MOSAICO

Diretora

Susana Beatriz Sacavino

Conselho Editorial*Argentina* - Antonia L. de Nardelli*Bolívia* - Marta Orsini*Brasil* - Vera Maria F. Candau*Chile* - Rosa Catalán*México* - Ángeles Enríquez Rincón*Peru* - Flor Sobrino*República Dominicana* - Isabel Guillermo*Uruguai* - Mary Larrosa**Comitê Técnico**

Ana Waleska P. Mendonça

Susana Beatriz Sacavino

Maria da Consolação Lucinda

Vera Maria F. Candau

Coordenação Editorial e Supervisão Gráfica

Adélia M.ª Nehme Simão e Koff

Revisão e Pesquisa

Adélia M.ª Nehme Simão e Koff

Cecilia Botana

Mosaico e Resumos

Cecilia Botana

Secretaria e Tradução

Cecilia Botana

Administração

Jayme da Silva Corrêa Filho

Projeto Gráfico, Programação Visual e Capa

Rodolpho Oliva

Logomarca da Capa

Néstor Sacavino

Impressão - Gráfica ZIT**NOVAMERICA**

Rua 19 de Fevereiro, 160, Botafogo

Rio de Janeiro, Brasil CEP: 22280-030

Tel./Fax: (021) 2542-6244/2295-8033

novamerica@novamerica.org.br

www.novamerica.org.br

*A direção da revista não se responsabiliza**pelas opiniões disseminadas nos artigos.**Publicação indexada em CLASE***Puede suscribirse o adquirirla en****Argentina** • Dora Mabel Quinteros
Av. Santa Fe 4990, 8°C (1425) Ciudad
Autónoma de Buenos Aires
honat2@gmail.com**Bolivia** • Marta Orsini
Casilla 2419, Cochabamba, Tel: 591 4
4522023, morsumarta@gmail.com**Brasil** • Cecilia Botana
Rua 19 de Fevereiro, 160, Botafogo
Rio de Janeiro - RJ Cep: 22.280-030
Tel/Fax: 021 2295-8033/2542-6244
revista@novamerica.org.br**Chile** • Rosa Catalán
Vergara, 174 - Santiago
rosicatalan@hotmail.com**Colombia** • Consuelo Vélez
Avda. Caracas 41-44 Apto.503
Santafé de Bogotá
Tel: /1/ 2327179
ocvelez@yahoo.es**Guatemala** • Blanca Fuentes
6ª Calle 2-42 zona 1
01001 Guatemala
Tel: /502/232 3388 Fax: 323 5261
blancafuentes@live.com**México** • Ángeles Enríquez Rincón
Mexicali 608, Fracc. Valtierra,
Col. Sn Felipe de Jesús,
C.P.37250, León, Guanajuato.
Tel. (477) 7724 109
angeleserincon@yahoo.com**Perú** • Flor Sobrino
Av. Brasil 1392 - Dpto. 301- B
Pueblo Libre, Lima 21
Tel: 0051-1- 4 33 43 99
florgsv3@yahoo.es**República Dominicana** •
Carmen Elena Cruz Pérez
Calle B#31, María Auxiliadora
Santo Domingo - República Dominicana
Carmene16@gmail.com**Centro Cultural Poveda**
Pina 210 A - Ciudad Nueva
Santo Domingo D.N.
Tel: /809/6895689 - 6854635
ctro.poveda@codetel.net.do**Uruguay** • María Felisa Gómez
Acevedo Díaz, 1280 - 11.200 - Montevideo
Tel: 24086973
mfgomeziba@hotmail.comRosario Alves
Pascual Costa 3265 ap. 810 Parque Posadas
11.700 - Montevideo
Tel: /2/ 3360027 rosar2@adinet.com.uy**Venezuela** • Ivonne Marín
De Platanal a Desamparados, Edif. Platanal
37, piso 1, ap. 1 A, La Candelaria, Caracas
Tel: 58/212/562 42 4
ivonneirene@yahoo.es**Europa, Asia, África y Estados****Unidos** • Guadalupe de la Concha
Calle Sánchez Perrier nº 5, casa 1 1º-C
(41009) Sevilla, España
guada_poveda@terra.com.br
María del Carmen López
Calle Paseo Zorrilla 346, 4º B - Valladolid
(47008) España
lmcarmen@telefonica.net
Pagos de suscripciones en España por
depósito bancario: Caja España - Cta.
corriente nº 2096 0106 95 2041969804
Titular: María del Carmen López**CONSELHO CONSULTIVO INTERNACIONAL 2013-2014***Argentina* • Ricardo Murtagh*Bolívia* • Carlos Mauricio Arroyo Gonçalves*Brasil* • Sônia Kramer e Maria da Glória Gohn*Chile* • Ricardo Florentino Salas Aстраи e Cristian Parker Gumucio*México* • María Ángeles López García e Benjamín Berlanga Gallardo*Peru* • Rafael Vega Centeno Sara Lafosse*República Dominicana* • Silvia Acosta e Salvador Gautier*Uruguai* • Mónica Maronna**Apoio**

ATENÇÃO:

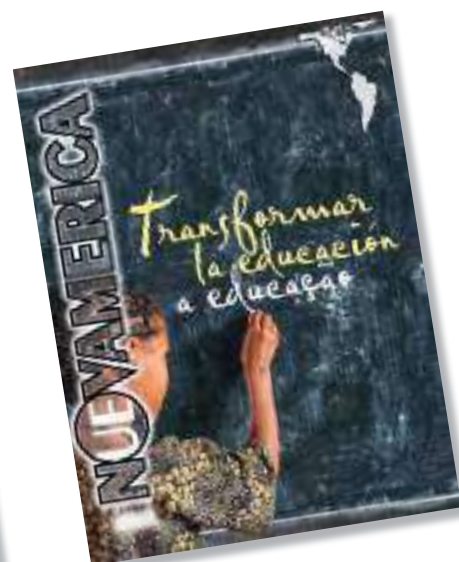
a Revista Novamerica
tem um presente
para você!

Em 2015, toda assinatura para a revista impressa receberá também uma senha para acessá-la virtualmente. Assim, com o preço da versão impressa, o assinante poderá desfrutar da revista em suas duas modalidades: em papel e online!

ATENCIÓN:

la Revista Nuevamerica
tiene un regalo
para usted!

En el 2015 todos los suscriptores de la revista impresa recibirán también la contraseña para acceder a la revista Nuevamerica virtualmente. Así, con el precio de la impresa, podrán disfrutar de la revista en sus dos modalidades: ¡en papel y on-line!



www.novamerica.org.br

REVISTA

NOEVAMERICA



Compromiso Compromisso Social

Ao assinar a Revista Novamerica você escolhe um projeto para apoiar e parte da sua assinatura será destinada à manutenção deste projeto.

Al suscribirse a la Revista Nuevamerica, usted estará apoyando uno de nuestros proyectos. Parte del valor abonado será destinado a mantener el proyecto de su elección.

**Faça
sua assinatura!**

¡Suscríbese!

