

PORTUGUÊS



SESC – SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO
Administração Regional no Estado de São Paulo

PRESIDENTE DO CONSELHO REGIONAL

Abram Szajman

DIRETOR DO DEPARTAMENTO REGIONAL

Danilo Santos de Miranda

SUPERINTENDENTES

TÉCNICO-SOCIAL Joel Naimayer Padula

COMUNICAÇÃO SOCIAL Ivan Giannini

ADMINISTRAÇÃO Luiz Deoclécio Massaro Galina

ASSESSORIA TÉCNICA E DE PLANEJAMENTO Sérgio José Battistelli

GERENTES

CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO Andréa de Araújo Nogueira

ADJUNTO Mauricio Trindade da Silva

ARTES GRÁFICAS Hélcio Magalhães

ADJUNTA Karina Musumeci

NÚCLEO DE TURISMO SOCIAL

COORDENADORA Flavia Roberta Cortez Lombardo Costa

ASSISTENTES Carolina Paes de Andrade e Silvia Eri Hirao

CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO

COORDENADORA DE PROGRAMAÇÃO Rosana Elisa Catelli

COORDENADORA DA CENTRAL DE ATENDIMENTO Carla Ferreira

COORDENADOR ADMINISTRATIVO Renato Costa

COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO Rafael Peixoto

REVISTA DO CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO

EDITOR Marcos Toyansk

ORGANIZADORAS Fernanda Alves Vargas, Carolina Paes de Andrade e Silvia Eri Hirao

TRADUÇÃO E REVISÃO Sérgio Molina, Rubia Goldoni, AMK traduções e Raquel Wohnrath

ILUSTRAÇÃO DE CAPA Elisa Carareto

PROJETO GRÁFICO Denis Tchepelentyky

DIAGRAMAÇÃO Magno Studio e Walter Cruz

sescsp.org.br/revistacpf



SUMÁRIO

- 06 Apresentação
Danilo Santos de Miranda
- 09 Perspectiva crítica do turismo: proposições éticas e filosóficas a partir da realidade latino-americana
Alexandre Panosso Netto
- 22 Turismofobia, ou o turismo como fetiche
Alan Quaglieri Domínguez
- 31 Turismo e bem comum: a RSC como escudo transnacional contra as sociedades anfitriãs e o ambiente
Joan Buades
- 55 Reforma trabalhista e terceirização na Espanha: a precarização do trabalho das camareiras
Ernest Cañada
- 71 Patrimônio afro-brasileiro e turismo: comunicando o modo de ser quilombola
David W. A. Ribeiro e Cláudia Fernanda dos Santos
- 89 Picture Ahead: a Kodak e a construção do turista-fotógrafo
Lívia Aquino

APRESENTAÇÃO

A ação do Sesc — Serviço Social do Comércio — é fruto de um sólido projeto cultural e educativo criado pelo empresariado do comércio e serviços em 1946. No estado de São Paulo, conta com uma rede de quarenta e duas unidades e desenvolve uma ação de educação não-formal com o intuito de valorizar as pessoas, ao estimular a autonomia pessoal, a interação e o contato com expressões e modos diversos de pensar, agir e sentir.

Desde 1948, o Sesc desenvolve o Programa de Turismo Social e, nestes 70 anos de história, não ficou indiferente ao seu tempo, aos lugares onde está inserido, tampouco às pessoas que o constroem. Muitas foram as transformações, pautadas na democratização do acesso ao turismo, na educação para e pelo turismo, no protagonismo dos participantes e na operacionalização ética e sustentável.

Neste sentido, o Sesc foi pioneiro no Brasil ao assinar, em outubro de 2015, o Código Mundial de Ética do Turismo, um documento que orienta governos, comunidades, turistas e prestadores de serviço para a implementação de um turismo mais responsável e sustentável. Os valores expressos pelo Código já faziam parte do trabalho desenvolvido pelo programa Turismo Social e, com a assinatura desse termo, a instituição reafirmou seu compromisso com aqueles princípios e intensificou suas ações para promover as diretrizes que buscam a redução de impactos ambientais e sociais negativos, a valorização do patrimônio cultural, a promoção dos direitos humanos, a inclusão social, a equidade de gênero e a acessibilidade.

Com o propósito de ampliar tais reflexões sobre os dilemas éticos enfrentados por turistas, governos, prestadores de serviços turísticos, comunidades anfitriãs e outros atores, foi idealizado, em 2016, um ciclo de formações intitulado *Ética no Turismo* no Centro de Pesquisa e Formação do Sesc São Paulo.

Ao longo desses três anos foram abordados contextos e desafios para um caminhar ético no Brasil e na América Latina, a partir de temáticas fundamentais, como o papel do turismo no capitalismo global; os impactos do turismo em massa para setores diversos, como educação, cultura, serviços, bem-estar social e meio ambiente; a responsabilidade social corporativa no setor turístico; os fenômenos migratórios e os dilemas da hospitalidade; a influência do turismo na preservação e recriação dos atributos do legado migrante na cidade de São Paulo, entre outros. Também foram tratadas temáticas cruciais no contexto brasileiro, como os impactos da precarização do trabalho turístico e a repercussão do racismo nas relações interpessoais e nas práticas institucionais no turismo.

Esta edição especial da *Revista do Centro de Pesquisa e Formação* do Sesc São Paulo integra as comemorações dos 70 anos do Programa de Turismo Social, trazendo artigos que problematizam alguns aspectos abordados durante o ciclo *Ética no Turismo* a fim de tornar acessíveis os conteúdos a um público mais amplo.

O artigo “Perspectiva crítica do turismo: proposições éticas e filosóficas a partir da realidade Latino Americana”, de Alexandre Panosso Netto, faz uma leitura sobre o turismo na América Latina, evidenciando, por exemplo, a descontinuidade das políticas públicas em toda a região. Identifica fragilidades comuns aos países latino-americanos, tais como a importação de modelos prontos de desenvolvimento turístico, bem como a exotização e o reforço dos imaginários exógenos e neocolonialistas, construídos pelas próprias campanhas turísticas.

O modesto número de turistas que visita a América Latina se contrapõe ao cenário europeu. E o artigo “Turismofobia, ou o turismo como fetiche”, de Alan Quaglieri Domínguez, discute a crescente onda de manifestações contrárias ao turismo na Espanha, apelidada de “turismofobia”. O autor analisa o deslocamento do entendimento sobre o turismo, de atividade considerada a panaceia de todos os males para a principal geradora desses males que objetiva combater.

O artigo “Turismo e bem comum: a responsabilidade social corporativa como escudo transnacional contra as sociedades anfitriãs e o ambiente”, de Joan Buades, enfoca a atuação das empresas espanholas e questiona a efetividade de suas políticas de responsabilidade social corporativa, indicando que devem incidir em três campos de atuação: ambiente, bem-estar social das comunidades afetadas e transparência econômica e democrática em escala local e global. O artigo “Reforma trabalhista e terceirização na Espanha: a precarização do trabalho das camareiras”, de Ernest Cañada, por sua vez, revela o processo de precarização do trabalho das camareiras nos hotéis espanhóis, resultado das terceirizações de seus departamentos centrais após a reforma trabalhista de 2012.

Em “Patrimônio afro-brasileiro e turismo: comunicando o modo de ser quilombola”, David Ribeiro e Cláudia dos Santos analisam a prática turística relacionada ao processo de patrimonialização e destacam a interconexão entre o reconhecimento das referências culturais dos povos quilombolas, a garantia dos direitos territoriais e a valorização e promoção de seus bens materiais e imateriais pela via do turismo.

Por fim, Livia Aquino, no artigo “*Picture ahead*: a Kodak e a construção do turista-fotógrafo”, apresenta sua pesquisa sobre a construção do turista-fotógrafo e as transformações nas percepções da experiência turística. Trata-se de um tema com grande significado nos tempos atuais,

assumindo a fotografia e o turismo como experiências modernas que se implicam uma à outra. A fotografia possibilita o acesso a qualquer lugar, ocupando o “lugar simbólico do predador, um sujeito ‘devorador de paisagem’ ou um ‘consumidor da natureza’”. Para se adequar a essa demanda, transformam-se, por exemplo, cidades em cenários que nem sempre respeitam as relações sociais e a memória ali construídas, comprometendo o próprio direito à cidade e à cultura de seus residentes.

São temas que percorrem um pequeno passo da vastidão do debate que a atividade turística anuncia. Por toda sua complexidade, o turismo deve seguir objeto de reflexões e investigações, mote do Centro de Pesquisa e Formação do Sesc São Paulo: um espaço de articulação entre produção de conhecimento, formação e difusão no campo da cultura, educação e sociedade, incluindo a temática do turismo e suas múltiplas facetas. Neste sentido, mais do que realizar cursos, palestras e pesquisas, busca-se provocar encontros, potencializando reflexões e irradiando saberes centrados na construção deste modo crítico e ético de se pensar e de se fazer o caminhar.

Boa leitura!

Danilo Santos de Miranda

Diretor do Sesc São Paulo

PERSPECTIVA CRÍTICA DO TURISMO: PROPOSIÇÕES ÉTICAS E FILOSÓFICAS A PARTIR DA REALIDADE LATINO-AMERICANA¹

Alexandre Panosso Netto²

RESUMO

O artigo tem por objetivo analisar a forma como a América Latina foi/é vista pelos povos estrangeiros. Para isso foi desenvolvida uma breve reflexão histórica e cultural sobre a formação da região, na qual são denunciados os estereótipos consagrados do exotismo, da utopia e da magia. Tais estereótipos acabaram por moldar e direcionar as políticas de turismo e de marketing turístico de grande parte dos países da região. A visão estereotipada não permite que se evidencie a América Latina como ela é, o que acaba por levar à comercialização de um produto turístico não condizente com a realidade. Também são denunciadas as formas de exploração do turismo na região, em muito consideradas não éticas e carentes de fundamentos analíticos a partir de uma reflexão filosófica e teórica original e própria. Por fim, propõe-se a superação deste dilema por meio da valorização do que de fato representa a América Latina a partir de conceitos ditos por seus povos e não pelo estrangeiro, ou, na proposta do filósofo Leopoldo Zea Aguilar, a construção de uma identidade latino americana com a defesa de uma América Latina Integral.

Palavras-chave: América Latina. Turismo. Ética. Estereótipos. Realismo Mágico.

CONTEXTO GERAL

Tentarei apresentar uma análise crítica do turismo, problematizando

1 As reflexões aqui expostas foram desenvolvidas pelo autor baseadas em sua experiência de trabalho com o turismo na América Latina e fundamentadas com transcrição de passagens de Panosso Netto e Trigo (2016) e Pieri e Panosso Netto (2015). Uma versão preliminar e ligeiramente diferente foi apresentada como conferência de abertura do 5º Congresso Unesco UNITWIN 2017, Cultura, Turismo e Desenvolvimento, em Coimbra, 18-22 de abril de 2017.

O autor agradece a leitura atenta e sugestões ao texto original feitas por Antonio Carlos Sarti (EACH-USP); Sidnei Raimundo (EACH-USP); Tatiana Lima Sarmiento Panosso (EACH-USP) e Marcelino Castillo Nechar (UAEMex – Toluca, México).

2 Graduado em Filosofia, graduado em Turismo, mestre em História, doutor em Ciências da Comunicação, professor livre-docente na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Possui 25 livros publicados sobre turismo e por volta de 40 artigos científicos. Email: panosso@usp.br

uma perspectiva de América Latina vista pelo olhar do estrangeiro, como exótica, utópica e mágica. Esse olhar estrangeiro influenciou as práticas e políticas, em uma clara relação de que a teoria está mais próxima do cotidiano do que imaginamos. Neste sentido, a obra de 1943 *América invertida*, do artista uruguaio Joaquín Torres García, nos serve de referência. Torres García escreveu sobre tal obra: “temos uma ideia verdadeira de nossa posição, e não aquela que o resto do mundo deseja”. Creio que é isso o que devemos buscar e tentarei expor na sequência.

É impossível falar de ética, desenvolvimento e investigação em turismo na América Latina sem primeiro compreender alguns aspectos históricos, políticos, culturais e econômicos desta região e desses povos que sempre deslumbraram os viajantes desde a época colonial. Tais povos estão espalhados pelo vasto território que é composto por metrópoles com áreas ricas e também áreas miseráveis e por aldeias frágeis e pobres.

A identidade latino-americana foi, ao longo da história desta grande região geográfica, menosprezada pela comunidade internacional e pelos próprios países que a compõem. O que continuou ocorrendo ao longo do século XX, apesar dos inúmeros acordos de integração regional e das diversas instituições supranacionais em âmbito subcontinental constituídas³.

A “América Latina existiu sempre sob o signo da utopia”, escreveu Darcy Ribeiro (1986). Essa utopia também foi evidenciada pelo realismo mágico de Gabriel García Márquez em seu livro *Cem anos de solidão*, ao falar de Macondo, sua cidade imaginária. Pode-se dizer que muitas Macondos hoje são destinos de turistas interessados em suas maravilhas naturais, gastronômicas, turísticas, históricas etc. O imaginário dessa parte do continente americano, ao sul da América anglo-saxônica, é um mosaico formado ao longo dos séculos por visões estrangeiras e nativas que se sobrepõe à realidade local.

A Filosofia da Libertação e a Teologia da Libertação também buscaram apontar as falácias e estereótipos da região por meio da pena de autores do calibre de Enrique Dussel e Leonardo Boff, entre inúmeros outros. Apesar de alguns crerem que elas já estão mortas, o certo é afirmar que o tema latino-americano, de tangencial, passou ao centro do debate em alguns aspectos, inclusive religioso. Veja-se o caso do ex-padre católico Leonardo Boff que teve que explicar suas ideias na Santa Sé, em Roma, ao cardeal Ratzinger, antes deste ser eleito Papa. Veja-se o caso do atual Papa, que é argentino.

³ Dois são os acordos principais: o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), a União de Nações Sul-Americanas (UNASUL).

De uma forma geral, terminou-se por aceitar que é latino-americano aquele país que se encontra nas regiões das Américas e do Caribe, cuja população fala línguas de origem latina, mais especificamente o português, o espanhol e o francês. Como é fácil perceber, esta definição exclui países como EUA e Canadá (ainda que este último tenha regiões francófonas) e inclui outros, como o México que, do ponto de vista físico, localiza-se na América do Norte, e o Haiti, dotado de elementos essencialmente africanos e de colonização francesa (MIGNOLO, 2007). Segundo a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe⁴ (Cepal), o conceito de América Latina e Caribe corresponde, então, a uma região de 21 milhões de quilômetros quadrados que se estende do México à Argentina e engloba uma população de aproximadamente 610 milhões de habitantes, divididos em 46 países.

BREVE CONTEXTO ECONÔMICO E POLÍTICO

A instabilidade econômica, inflação, endividamento público e isolamento comercial foram características marcantes da economia de grande parte dos países da América Latina ao longo do Século XX (SANTOS, 2016). Os inúmeros planos econômicos governamentais e projetos de ajuda externa não conseguiram efetivamente colocar a economia latino-americana na rota do desenvolvimento. Reduções nos preços das *commodities* de exportação desferiram golpes adicionais na economia da região. Ineficiência, burocracia e a corrupção do Estado também contribuíram para minar o projeto latino-americano de desenvolvimento econômico. Explosões localizadas de crescimento foram quase sempre precedidas e seguidas por décadas de estagnação. O resultado desse conjunto de fatores foi um crescimento econômico insuficiente para tirar a América Latina da pobreza até então (SANTOS, 2016).

Esses distúrbios também levaram à desestruturação dos países, prejudicando o crescimento econômico de longo prazo. Somente dois países têm Produto Interno Bruto de destaque em termos absolutos. O Brasil, com US\$ 2 trilhões e como 9^a economia mundial, e o México, com um PIB de US\$ 1,3 trilhão, por volta da 16^a posição no ranking mundial. Argentina, Venezuela, Colômbia, Chile, Peru, Porto Rico e Venezuela podem ser considerados de economia média, com PIB superior a US\$ 100 bilhões.

Esses números não são grandes se analisarmos as populações desses países. O Brasil, por exemplo, tem 200 milhões de habitantes e um PIB

4 Criada em 25 de fevereiro de 1948, a Cepal é uma das cinco comissões econômicas regionais da Organização das Nações Unidas (ONU), cujo principal objetivo geral é de contribuir com o desenvolvimento econômico dos países da região da América Latina e do Caribe.

per capita anual de menos de US\$10 mil. O México, por sua vez, com 130 milhões de habitantes, tem renda per capita também de menos de US\$ 10,3 mil. A média na região é de apenas US\$ 9,8 mil, ou seja, não chega nem a um quinto da renda média de um cidadão dos EUA. Apenas como comparação, a renda per capita em Portugal é de US\$ 20 mil, na Espanha US\$ 25 mil, na França US\$ 41 mil. O Haiti, país mais pobre, tem renda per capita anual de apenas US\$ 820. Portanto, essa região é um bolsão de miséria com ilhas de riqueza.

Mas cuidado, os dados do PIB mascaram e escondem a enorme desigualdade social. Tais números podem até mostrar a grandeza econômica de Brasil e México, mas quando se verifica o Índice de Desenvolvimento Humano, todos os países latino-americanos despencam na qualidade de vida. O Brasil ocupa o 79º lugar e o México, o 77º.

A abordagem da cartilha da Cepal seguia as recomendações do Banco Mundial, ou seja, seria possível pensar em desenvolvimento, desde que a partir das orientações do Fundo Monetário Internacional, em linhas gerais, com austeridade econômica e com pouca intervenção estatal. Sob essa ótica, não repercutiu na redução do quadro de pobreza da América Latina, mas manteve os países numa relação de subordinação e endividamento em relação aos países ricos.

Existe uma enorme desigualdade social evidenciada pelas favelas, violência crônica, moradores de rua, pobres nas cidades e nos campos. O índice Gini, que mede a desigualdade de distribuição de renda, aponta 11 países latinos entre os 20 países do mundo com pior distribuição de renda.

Segundo a ONG mexicana Conselho Cidadão para Segurança Pública e Justiça Penal, entre as 50 cidades mais violentas do mundo, 43 estão na América Latina. Entre estas, 19 cidades estão no Brasil, 8 no México, 7 na Venezuela, 4 na Colômbia, 2 em Honduras, 1 em El Salvador, 1 na Guatemala e 1 na Jamaica. Apenas para ilustrar o problema da violência, no Brasil, em 2016, aconteceram quase 60 mil assassinatos por armas de fogo (Atlas da Violência, 2016, Brasil).

Vários países latino-americanos tiveram governos ditatoriais/militares, principalmente na segunda metade do século XX. Entre eles estão Chile, Brasil, Bolívia, Uruguai e Argentina. A democracia nesta parte do globo ainda é uma criança frágil que necessita ser cuidada. Sem contar o caso de guerras internas, tais como no Haiti e em El Salvador.

No Brasil, por exemplo, em 2016, tivemos a destituição do poder de um governo eleito legitimamente, cujo trauma assola a população frente à fragilidade das instituições que temos. Na Argentina, a ex-presidenta Cristina Kirchner está sendo processada por corrupção e seu sucessor Mauricio Macri enfrenta greves gerais. Na Venezuela, o Supremo Tribunal de

Justiça assumiu as funções do Congresso Nacional e o país está prestes a entrar numa guerra (Nicolás Maduro é o presidente, no momento). O México sofre com a tensão causada pela eleição de Donald Trump, pelos desentendimentos diplomáticos com os EUA e com a pressão sobre seu presidente Enrique Peña Nieto. O Peru acaba de enfrentar uma grande greve geral dos trabalhadores. Enfim, um caldeirão efervescente é a região, neste momento.

Vale apontar que os países da América do Sul, extremamente assimétricos do ponto de vista econômico, têm buscado de alguma maneira – apesar das dificuldades decorrentes dos contenciosos latentes entre eles – ampliar as relações políticas, através de acordos que reúnem todos os modelos de integração sub-regional de âmbito comercial, transformando-os num debate mais amplo de esfera política em escala subcontinental.

SOBRE O TURISMO NA PRÁTICA

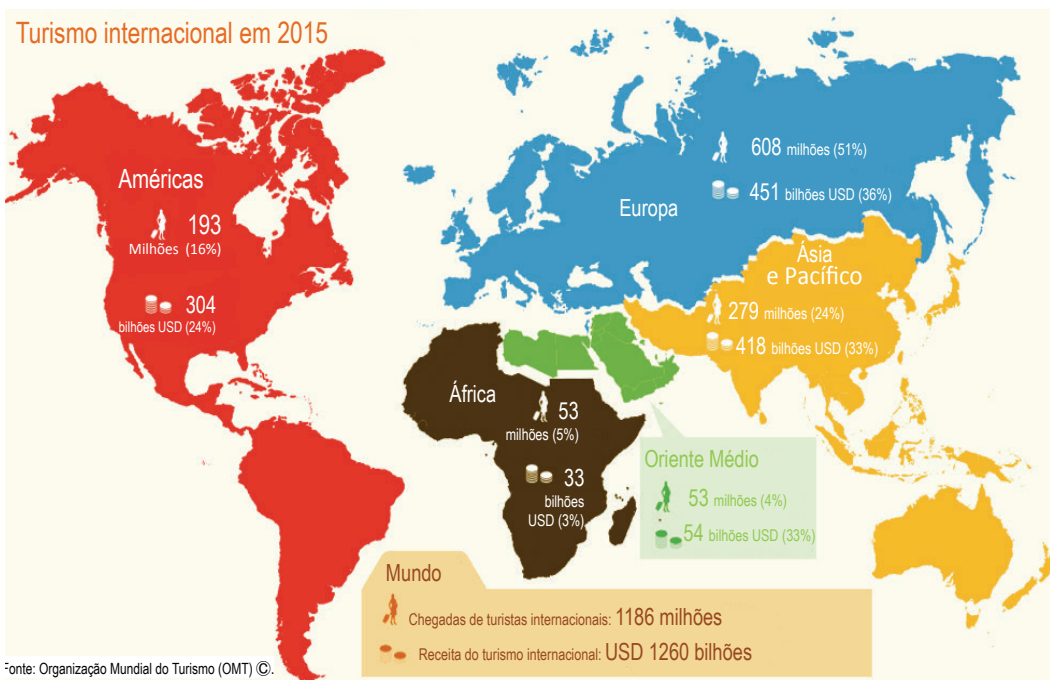
Agora destaco alguns números com ênfase nas características mais latentes do turismo internacional na região, a partir dos números disponibilizados pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em 2017, segundo dados coletados em 2015.

É importante observar que o recorte latino-americano não é utilizado pela OMT. Nesse sentido, buscou-se adaptar os dados da América do Sul, América Central, Caribe e do México.

No que se refere ao recebimento de turistas internacionais, temos:

México	32 milhões de turistas
América Central	10,2 milhões de turistas
América do Sul	29 milhões de turistas
Caribe	23,9 milhões de turistas
TOTAL NA GRANDE REGIÃO	95,1 milhões de turistas (por volta de 9% do fluxo turístico mundial).

Somente 5 países recebem mais de 4 milhões de turistas: México: 32 milhões; Brasil: 6,3 milhões; Argentina: 5,7 milhões; República Dominicana: 5,6 milhões e Chile: 4,4 milhões.



95,1 milhões

América do Sul + Caribe + América Central

Essa assimetria representada não somente pelos números mexicanos, mas também pela dimensão dos dados apontados em países de pequeno território e população – cujo turismo representa a maior fonte de entrada de capitais – levanta algumas questões relacionadas à elaboração de planos nacionais de turismo, especialmente no Brasil, país cuja dimensão demográfica, econômica e territorial equivale a mais de 50% do total sul-americano.

Portanto, apesar dos vetores relacionados à distância dos principais polos emissores, os países da região devem focar numa política de turismo pautada no profissionalismo, na realidade da oferta turística, no constante diálogo intersetorial e entre as diversas instâncias político-institucionais. Através da melhoria da infraestrutura, da segurança pública, da qualificação profissional, enfim, da boa imagem no exterior, se poderá superar, em termos, o isolamento físico-territorial.

O fato dos destinos consolidados receberem mais turistas internacionais perdura de longa data. Ele pode ser explicado por muitos fatores, tais como o grande público consumidor de turistas de tais destinos que são tanto emissores, quando receptivos, a elevada qualidade dos serviços e produtos turísticos dos destinos, a boa imagem e o longo histórico de desenvolvimento do turismo, entre outros. Ao contrário, América do Sul e Central, por estarem distantes dos grandes países emissores de turismo e serem destinos jovens, entre outros fatores, são regiões que recebem menos turistas.

Destacamos a chegada de turistas internacionais, mas em mercados como o Brasil e Argentina o turismo interno é o que mais gera riquezas. Por exemplo, no Brasil são 100 milhões de viagens nacionais por ano.

Os turistas por lazer que vêm à América Latina estão interessados em desfrutar de seu território turístico que se apresenta basicamente em três grandes grupos:

1. Litoral – oceanos Atlântico Sul, Pacífico, Golfo do México e Mar das Caraíbas;

2. Interior – montanhas, florestas, paisagens centrais, vulcões, vales, vilarejos históricos (as “Macondos”, de Gabriel García Márquez), sítios arqueológicos;

3. Cidades – grandes cidades com ar cosmopolita, combinados com escapadas a cidades e vilas menores.

No aspecto do patrimônio cultural, a América Latina e Caribe apresentam 91 bens culturais, 36 naturais e 4 mistos, num total de 131 bens que foram declarados Patrimônio da Humanidade. Oito deles estão em perigo e correm o risco de desaparecer.

Entre eles, os ameaçados, temos destinos de alta atratividade mundial, tais como Machu Picchu (Peru), Antigua, Tikal e Mirador (Guatemala), Teotihuacán e Chitzén Itzá (México), Parque de Guanacaste (Costa Rica) etc.

Importa dizer que, apesar de terem grande atratividade, não possuem infraestrutura turística e existe um imenso descaso dos órgãos governamentais. Veja-se o caso da famosa Machu Picchu que ameaça ruir sobre si mesma com o elevado fluxo de visitantes; ou da área natural protegida de Guanacaste, na Costa Rica, na qual a região do Golfo do Papagaio, um dos mais belos da América Central, está sendo entregue para o capital estrangeiro por 99 anos, em troca de investimentos na região. A população local já se manifestou contrária a tal ação, e sofre hoje com os problemas da falta de água a partir da retração do lençol freático e também com a dependência econômica que foi criada pela monocultura do turismo; ou no parque arqueológico de Tikal, Guatemala, o qual os trabalhadores, em 2016, ameaçaram fechar as portas por não receberem seus salários do governo; ou Ouro Preto, no Brasil, cidade colonial, joia do barroco nas Américas, que está ruindo devido ao alto fluxo do tráfego de automóveis e as autoridades locais tardam em tomar ações como a de proibir o trânsito de veículos, ao menos nas áreas centrais. Assim como estes, poderia comentar vários outros exemplos.

A beleza de alguns locais coloniais históricos é inebriante. Na pobre Granada, na Nicarágua, estão a selva e a montanha, o vale, vulcões, lagos, o Caribe, o Pacífico. Uma cultura latente, forte, aberta, histórica, com cicatrizes dramáticas do que se passou ali em épocas antigas e em tempos recentes, porém, o turista não pode sair à rua sozinho, pois corre perigos vários. A cidade está como foi construída na era colonial. É uma das “Macondos” latinas. As ruas não possuem nomes, pois o poder público ainda não “teve tempo” de organizar esse tema. A população localiza-se dizendo “casa amarela, no sentido norte, a partir da catedral, terceira quadra, mais ou menos no meio da rua” ou ainda “na mesma rua da tenda San Sebastián, em frente ao carvalho, casa azul”. A cidade está preservada, mas é uma preservação não porque existe ou existiu um senso de patrimônio, uma educação cultural, uma educação para o patrimônio. Está preservada porque a população nunca teve condições financeiras de reformar suas casas, de reconstruir seu próprio espaço. Assim é parte do turismo nos confins deste continente.

SOBRE O TURISMO NA TEORIA

Desde um pouco antes da década de 1970, há estudos acadêmicos sobre o turismo na América Latina. Em 1958, na cidade de Toluca, foi criado o primeiro curso superior de Turismo da América Latina. Em 1971, no Brasil e, na década de 1980, em vários outros países, entre eles Argentina, Peru e Chile. No ano de 2002, o Brasil chegou a ter 98 mil estudantes de graduação em Turismo. No México, eram 25 mil.

Existe na região um corpo de intelectuais preocupados com os estudos práticos e teóricos do turismo. Os dois países que mais produzem artigos, livros e eventos científicos na área são Brasil e México, seguidos de Argentina, Chile, Costa Rica e Equador.

Há revistas científicas sobre turismo na Argentina (*Estudios y perspectivas en turismo*), no Chile (*Gestión turística*), Colômbia (*Turismo y sociedad*), México (*El periplo sustentable*), Peru (*Turismo y patrimonio*) e Brasil, que tem mais de 20 revistas (entre elas *Turismo em análise*; *Turismo: Visão e ação*; *Observatório de inovação em turismo*; *Caderno virtual de turismo*; *RBT*; *Cultur*; *Hospitalidade*; *Rosa dos ventos*; *Turismo e sociedade* etc.).

Associações científicas também existem, entre elas, no Brasil a Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (Anptur); no Chile, a Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile (Societur) e no México a Academia Mexicana de Investigación en Turismo (Amit) e a Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (Ricit).

Eventos científicos se multiplicam: no Brasil, o Seminário ANPTUR e o Semintur; no Chile, o Congreso Societur; no México, os congressos da Amit e da Ricit; além do itinerante Congresso Latino-Americano de Investigação em Turismo.

Cursos de pós-graduação em Turismo se fortalecem e possuem formação de referência no Brasil (já são 12), no México (3 doutorados), na Costa Rica (2 mestrados), no Equador (1 mestrado), no Peru (1 mestrado), no Chile (1 mestrado) e no Uruguai (1 mestrado).

O conhecimento desenvolvido por estes grupos deve levar a posicionamentos práticos e ações de gestão corrente, apesar dos inúmeros problemas teóricos da área na América Latina, tal como a tradição de importar modelos de desenvolvimento de outras regiões do globo. Vejamos o caso do crescimento exponencial dos mega empreendimentos turísticos – estilo resorts – na República Dominicana, Costa Rica e México, que quase nada deixam de benefícios para as comunidades locais; ou das grandes companhias de cruzeiros que operam pelo Caribe, cujos impactos positivos para os destinos são duvidosos; ou dos grupos empresariais dominantes que têm o gerenciamento dos melhores atrativos de base patrimonial e cultural de destinos como Macchu Picchu (Peru) e Villa de Leyva (Colômbia).

É necessário ter a concepção de que a produção de conhecimento em turismo – mesmo na América Latina – está a serviço de grupos de empresários, de universidades, de governos, de planejadores, de investigadores etc. Além disso, sofre com a ideologia e os interesses dos acadêmicos que direcionam as pesquisas de acordo com suas necessidades, que podem ser de maior ou menor importância para o mundo real e teórico. Então, o papel do investigador é denunciar, mostrar essa realidade, tornar acessível e visível o pano de fundo no qual se desenvolve o fazer ciência em turismo. É uma denúncia ética necessária. Uma denúncia não negativa, mas sim que clama pelas boas práticas.

DIFICULDADES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA AMÉRICA LATINA

A visão macro da América Latina permite compreender o contexto no qual o turismo está inserido. Deve-se considerar que o turismo não se desenvolve a contento na macrorregião, pois sofre os efeitos negativos da má gestão pública, da pobreza crônica e da falta de educação formal de sua população. O turismo necessita entrar na agenda pública governamental, mas os próprios formadores de opinião e tomadores de decisão ainda não perceberam a sua importância.

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

- A pouca preocupação com o meio ambiente em alguns destinos;
- A ausência de trabalhadores capacitados para atender às demandas turísticas, fator que leva à baixa qualidade dos serviços e à ausência de competitividade internacional;
- A descontinuidade das políticas públicas e planos de turismo. A cada novo governo que assume é comum o estabelecimento de um novo plano turístico. Não há política de Estado, mas sim de governo (veja o caso do Brasil);
- A pobreza em grande parte da população que habita a macrorregião – ainda que países como Chile, México e Brasil tenham crescido economicamente nos últimos tempos;
- A visão equivocada do estrangeiro sobre o que é a América Latina a partir da falta de uma imagem clara do turismo nos países;
- As instabilidades econômicas/políticas/sociais regionais que não permitem a continuidade de planos de investimentos turísticos. Isso dificulta também o acolhimento de investimentos estrangeiros no setor de turismo;
- A grande distância dos principais destinos emissores de turistas, entre eles a Europa, a Ásia e até mesmo os EUA e o Canadá;
- A visão estereotipada das comunidades locais de que o turismo é atividade somente de pessoas ricas e que vêm de longe. Tal perspectiva dificulta a inserção das comunidades locais no setor do turismo;
- A visão romântica e utópica sobre o continente;
- O distanciamento que existe entre a academia de turismo e o mercado turístico. São dois setores que devem trabalhar em conjunto;
- E existência de temas governamentais “mais importantes” que o turismo para os Estados se preocuparem, tais como saúde, educação, segurança e transporte públicos.

AÇÕES E ENCAMINHAMENTOS

Mas como melhorar essa situação e corrigir seus equívocos?

É evidente a necessidade de se reposicionar a discussão e a ação sobre políticas de turismo, sejam nacionais ou internacionais, públicas ou privadas, setoriais ou comunitárias, macro ou micropolíticas. Vários problemas precisam ser enfrentados. Um deles é acabar com o discurso que só vê qualidades no turismo e condena os críticos como se não tivessem visão estratégica. Outro problema é o costume equivocado de não preparar as comunidades e os diferentes setores para discutirem em conjunto e se

corresponsabilizarem pelos projetos e políticas turísticas. Fala-se muito sobre a responsabilidade dos governos, mas pouco sobre a responsabilidade da sociedade civil organizada: sindicatos, organizações de ambientalistas ou pessoas interessadas em qualidade de vida; empresários e suas organizações de classe. Aqui entra o Código de Ética no Turismo, que propõe ações positivas sobre o que se deve fazer e não foca no que não se deve fazer.

Deve-se superar a etapa de planejamento e avançar com a correta gestão das empresas, das pessoas e dos destinos. Deve-se buscar a melhor forma de se gerir o local a partir de suas particularidades e não de modelos importados.

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

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

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

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

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

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

A globalização precisa acentuar seus aspectos positivos e deter suas perversões típicas de poder desmedido e falta de visão social. Os destinos pobres, entre eles países da América Latina, da África, da Ásia, do Oriente Médio estão incluídos neste contexto. As novas sociedades devem ser fundamentadas no humanismo e no conhecimento científico direcionado ao pleno desenvolvimento dos recursos humanos, naturais e tecnológicos. Para começar, é preciso propor uma agenda de discussões e iniciativas sobre a consciência turística e suas relações com o mundo atual.

Conforme já destacado por Trigo e Panosso Netto (2003), devem ser levados em consideração os seguintes itens para se construir não apenas um turismo melhor na América Latina, mas um mundo inteiro melhor, já que se trata, também, de ações éticas: acesso digital democratizado; cidadania e hospitalidade em seu sentido mais amplo; combate ao preconceito em geral; combate à corrupção, ao crime organizado e à impunidade; combate à exploração sexual infantil; combate ao terrorismo em todas as suas formas; democracia política; diminuição das desigualdades econômica e social; educação até o nível superior para todos; entendimento de que o turismo não é apenas um fato econômico; ética em todos os níveis governamentais, políticos e sociais; globalização com ênfase também no social e não apenas no econômico; inclusão em todos os sentidos; justiça social; melhor distribuição de riquezas; maior garantia de acesso às oportunidades para todos; pluralismo democrático e cultural; recuperação do sentido da paz e da liberdade; solidariedade e; sustentabilidade.

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global, portanto, é importante enquanto construtor de uma nova ordem internacional. O turismo depende de uma sociedade equilibrada e justa para se desenvolver plenamente em qualquer lugar do globo. Deve ser entendido como uma das facetas das sociedades atuais, e não como um apêndice.

Encerro com uma reflexão de Leopoldo Zea Aguilar, filósofo mexicano falecido em 2004, que tentava superar a utopia e o realismo mágico, que formaram uma imagem da identidade latino-americana. Essa utopia e esse realismo mágico também foram trabalhados em muitos *clusters* de turismo e nas políticas de turismo, tais como nos slogans turísticos: *Colombia is magical realism*, *Peru land of the Incas*, “Guatemala – coração do mundo Maia” e outros signos mais, tais como “Sensacional”, “*Pueblos mágicos*” e “Exótico além da palavra”. Essas imagens e slogans reforçam imaginários exógenos. Leopoldo Zea queria romper com esse neocolonialismo e com as influências externas, tais como a dos EUA na América Latina. Por isso, sua proposta era a defesa da integração latino-americana. Uma América Latina Integral. Para ele, a identidade latino-americana é viável como um projeto em construção, sem esquecer o que foi feito, para assim assimilar o que foi, de fato, realizado, para poder ser algo distinto, sem que seja necessário deixar de ser o que se é. Desta maneira, é necessário superar essa noção de magia, utopia, primitivismo e exotismo das políticas em turismo na América Latina.

Essa reflexão tem levado um grande grupo de investigadores na América Latina a uma perspectiva crítica sobre turismo para superar os problemas que foram aqui levantados, tais como o impacto democratizador do tempo livre, as questões da tecnologia e uma educação aberta. São temas que estão sendo discutidos com um olhar focado na realidade, não na realidade mágica, e sim na realidade vivida. O turismo poderia ser um resgate das condições de vida, do contexto, do território, dos costumes, das

práticas dos povos latino-americanos e reivindica-se uma investigação turística com uma virada crítica para a perspectiva latino-americana, uma visão transversal, interdisciplinar e multidimensional do que é o turismo nesse nosso território. Por trás do realismo mágico, do exótico, do belo, do sensacional e da utopia, se escondem muitas práticas nocivas e distantes da realidade que, por meio dos discursos, vão se mantendo. Somente pela investigação e pela crítica será desenvolvida uma consciência do vivido.

Um turismo ético só será possível em uma sociedade mais participativa, na América Latina e em qualquer lugar. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A vida humana, a vida animal e vegetal e o próprio planeta, que sustenta todas essas vidas, são os nossos maiores valores. A nossa meta é garantir que todos desfrutem dessa aventura no Universo e isso a ciência ou a tecnologia não podem garantir sozinhas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATLAS DA VIOLÊNCIA 2016. *Fórum brasileiro de segurança pública*. Brasília, IPEA, março de 2016.
- MARQUES, Gabriel García. *Cem anos de solidão*, 43^a. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- MIGNOLO, Walter. *La idea de América Latina: la herida colonial y opción decolonial*. Barcelona: Gedisa, 2007.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). *Barômetro* (anos 2013, 2014, 2015 e 2016).
- PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (org.). *Turismo na América Latina: casos de sucesso*. Assis: Triunfal, 2016.
- PIERI, Vitor Stuart Gabriel de; PANOSSO NETTO, Alexandre. *Turismo internacional: fluxos, destinos e integração regional*. Boa Vista: EdUFRR, 2015.
- SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira de. Economia e turismo na América Latina e Caribe. In PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (org.). *Turismo na América Latina: casos de sucesso*. Assis: Triunfal, 2016, pp. 39-79.
- SILVA, Claudete de Castro. Os dilemas da infraestrutura física sul-americana e a geoeconomia do Brasil: uma contribuição para a discussão sobre a defesa nacional. In PIERI, Vitor S. G.; PENNAFORTE, Charles. *Defesa Nacional: Desafios e perspectivas geopolíticas*. Rio de Janeiro: Cenegri, 2012, pp. 57-80.
- RIBEIRO, Darcy. *Sobre o óbvio: ensaios insólitos*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

TURISMOFOBIA, OU O TURISMO COMO FETICHE

Alan Quaglieri Domínguez¹

[tradução: Rubia Goldoni]

RESUMO

Os ataques a símbolos turísticos realizados em Barcelona, no verão de 2017, consagraram o uso do termo turismofobia a nível midiático e no debate público sobre o desenvolvimento da cidade turística. O presente artigo aborda, em primeiro lugar, o surgimento do termo e a controvérsia que o acompanha, sobretudo no que se refere ao caso de Barcelona. Em seguida, revisa algumas das principais linhas teóricas que contribuíram para a construção social da figura do turista e do turismo em oposição à população residente e a seu cotidiano. Finalmente, se apontam as carências dessas leituras para compreender a relação entre turismo e conflito social na cidade contemporânea.

Palavras-chave: Turismofobia. Barcelona. Turismo urbano. Teorias do turismo.

De onde quer que se olhe, o ano que acaba de terminar foi particularmente intenso no que se refere ao fenômeno turístico na cidade de Barcelona.

A contração da demanda, nos últimos três meses de 2017, foi provavelmente um dos aspectos mais citados entre as possíveis consequências da atual instabilidade política na Catalunha, a região turística mais importante da Espanha.

Ao mesmo tempo, não é possível ignorar o atentado terrorista que abalou a “cidade condal”, em 17 de agosto passado. A exemplo de casos anteriores, também para golpear Barcelona os terroristas escolheram seu principal cenário turístico, as Ramblas, para transformá-lo no palco do seu macabro espetáculo. Como era de se prever, as quinze vítimas fatais eram, sobretudo, turistas.

No entanto, já muito antes desse fatídico dia de agosto, o binômio turismo–política já protagonizava o debate e a cena midiática da cidade. A três semanas do atentado, outro tipo de ação, felizmente de natureza e

¹ Mestre em Direção e Planejamento do Turismo; membro do Grupo de Investigación de Análisis Territoriales y Estudios Turísticos (GRATET) da Universidad Rovira i Virgili (Tarragona, Espanha); membro do corpo docente de The Ostelea – School of Tourism and Hospitality (Barcelona, Espanha).

efeitos bem diferentes, teve como alvo outro símbolo turístico. No dia 27 de julho, no auge da alta temporada, quatro pessoas encapuzadas pararam um *Bus Turístico*, para furar seus pneus e pichar a solene mensagem no para-brisa: “O turismo mata os bairros”.

Uma ação filmada e reivindicada por Arran, uma organização juvenil da esquerda independentista catalã, que poucos dias depois seria protagonista de outro ato reivindicativo, desta vez contra bicicletas de aluguel, símbolo da ilegítima ocupação do espaço público para fins privados por parte da indústria turística. Dois eventos que, coincidindo com o momento mais crítico de outra temporada turística de recordes, culminam um *crescendo* de atos de mobilização de natureza variada com diferentes objetivos, mas que contribuíram para pôr a “questão turística” no centro do debate político local e projetar a nível internacional a relação “privilegiada” entre Barcelona e a chamada “turismofobia”, um termo que teve sua consagração e institucionalização no mesmo ano de 2017, justamente em consequência da sucessão de eventos ocorridos no início do verão.

Em 7 de agosto, a Fundación del Español Urgente (Fundéu–BBVA), instituição assessorada pela Real Academia da Língua que zela pelo “bom uso do espanhol nos meios de comunicação e na Internet”, reconheceu o substantivo turismofobia como um neologismo válido e “uma palavra bem formada em espanhol que pode ser usada sem necessidade do emprego de aspas ou itálico”. A Fundéu circunscreve seu uso especialmente ao âmbito mediático, para referir-se “ao repúdio à turistificação”, outro neologismo de significado incerto descrito como “modelo turístico caracterizado pela massificação e suas consequências negativas para a população e os trabalhadores”. Ao mesmo tempo, a fundação admite que, por sua formação, o termo poderia sugerir “aversão ou repulsa ao turismo em geral”², e é nesse sentido que, sobretudo nas associações de bairro e no ativismo em geral, seu uso é criticado. Um uso que, como denunciam alguns, não é neutro e atenderia aos interesses de setores das indústrias turísticas para estigmatizar as posições críticas ao fenômeno turístico. Uma estratégia que o psicólogo social Horacio Espinosa Zepeda (2017) descreve com a sugestiva expressão “patologizar o mal-estar social”.

Efetivamente, não parece justificado o emprego de um termo com a carga negativa do sufixo *fobia* para se referir a um amplo leque de práticas e posturas muito diversas em relação ao turismo. Há plataformas e manifestações que denunciam problemas concretos ligados a certas atividades ou práticas turísticas em determinados contextos que não podem simplesmente ser desqualificadas como um medo irracional e uma recusa frontal do turismo e/ou do turista *tout court*. Penso aqui em Las Kellys,

2 <https://www.fundeu.es/recomendacion/turismofobia-neologismo-valido/>

a associação que reúne camareiras de toda a Espanha, muito ativa na denúncia da precarização do trabalho na indústria hoteleira, ou nas manifestações convocadas por associações de bairro para chamar a atenção para a explosão do fenômeno dos aluguéis turísticos que, de fato, reduz a oferta residencial e acirra o problema do acesso à moradia em determinados bairros de várias cidades turísticas.

Por outro lado, é difícil negar que existem sentimentos de hostilidade pelo próprio turista. A propósito disso, já faz uma década, Manuel Delgado (2008) assinava um editorial publicado no jornal *El País* intitulado “Turistofobia”. Um neologismo cunhado pelo próprio antropólogo natural de Barcelona para indicar “uma espécie de xenofobia de substituição”, “um misto de repúdio, desconfiança e desprezo” pela figura do visitante. Este surge como destinatário direto de várias mensagens que vão se replicando nos muros de muitas cidades: desde o clássico convite *Tourist go home*, até a provocadora pergunta *Why call it tourist season if we can't shoot them?*, passando pelo célebre *Tourist you are the terrorist*. Tons “belicosos” que, possivelmente, apenas uma exígua minoria de cidadãos estariam dispostos a subscrever, mas que representam as expressões mais radicais de um mal-estar bem mais amplo.

TOURIST GO HOME, Ramblas, Barcelona.



Fonte: foto do autor.

Nesse sentido, é emblemático o resultado da pesquisa municipal que registra como, em 2017, pela primeira vez, o turismo se tornou a maior preocupação dos moradores de Barcelona, deixando para trás questões mais “tradicionais”, como desemprego e condições de trabalho, trânsito ou

habitação. A pesquisa não fornece elementos que permitam aprofundar a leitura desse dado e analisar o que realmente preocupa no turismo. Não serão poucos os que, apontando o turismo, pensaram em questões concretas como, por exemplo, a precarização do trabalho no marco das indústrias turísticas ou o aumento do preço das moradias nos bairros mais atraentes para a atividade turística. Cabe perguntar por que essas pessoas não se limitaram a indicar outras opções, como as acima mencionadas, que recolhem diretamente esse tipo de problemática. Cabe perguntar, por fim, se a crescente centralidade do turismo entre as preocupações dos cidadãos não será produto de um processo de “fetichização” do mesmo; efeito de uma espécie de lei das compensações que golpeia aquilo que durante anos foi proposto como a panaceia de todos os males, e que agora teria se transformado em seu contrário, seu principal gerador.

O turismo, de certo modo, “paga” por sua presença crescente na economia e na ecologia urbana; face visível da transição para a cidade pós-industrial, segundo o modelo neoliberal, cujas contradições afloram de forma cada vez mais evidente. No entanto, seria limitador pensar na conflituosidade em torno do desenvolvimento turístico como um fenômeno recente e eminentemente urbano, embora essas pareçam ser as coordenadas típicas do fenômeno da “turismofobia”.

O conflito acompanhou o desenvolvimento turístico, desde seus primórdios. Poucos anos depois da mítica primeira viagem organizada por Thomas Cook (1841), considerada o evento fundador do turismo moderno, o célebre poeta William Wordsworth travará sua célebre batalha contra a invasão turística do Lake District. Wordsworth, um dos principais expoentes do romantismo inglês e natural desse distrito, pode ser considerado o cantor maior da beleza dessa região de lagos no norte da Inglaterra e, certamente, um dos principais artífices do interesse turístico por esse território. Ele próprio escreveu o guia para viajantes *A Guide through the District of the Lakes*, que alcançou grande sucesso e teve cinco reedições entre 1810 e 1835. Contudo, a construção de um ramal ferroviário ligando a região à rede nacional, o que facilitaria consideravelmente o acesso turístico ao distrito, encontrou no poeta um firme opositor. A resposta de Wordsworth ao anúncio do projeto ferroviário foi uma campanha “literária” desenvolvida à base de cartas e poemas, nas páginas do jornal londrino *Morning Post*, onde o poeta defendeu a necessidade de preservar a “integridade estética e cultural” desse ambiente, “sagrado como uma relíquia” (apud GARRETT, 2008), da profanação das hordas de turistas. A quem replicava que a obra permitiria também aos operários ter acesso às belezas da região que ele próprio, com seus escritos, convidava a conhecer, o poeta respondia que a capacidade de apreciar essa paisagem estava ao alcance de poucos, “so far from being intuitive, that it can be produced only by a slow and gradual process of culture” (MULVIHILL, 1995).

Numa sociedade em que a mobilidade é considerada algo extraordinário e o forasteiro, uma suspeita intrusão capaz de alterar frágeis equilíbrios “naturais”, parecia oportuno a Wordsworth identificar tipologias de visitantes e fazer distinções entre elas. Não são todos iguais, nem todos merecem ter acesso ao “sagrado”: há os viajantes, sofisticados herdeiros do Grand Tour, e os turistas, inconscientes produtos artificiais da tão menosprezada sociedade industrial. Uma construção “romântica” que provavelmente começa mesmo nas páginas do *Morning Post* de um século e meio atrás, mas que continua vigente no imaginário coletivo.

De fato, a ideia do viajante em contraposição à figura do turista, com forte conotação negativa, será aproveitada pelo próprio mercado. Se por um lado, do ponto de vista da demanda, essa afirmação pode servir como útil ferramenta retórica à qual se recorre para justificar a condição de visitante; por outro, a própria indústria turística mostra certa desenvoltura no (ab)uso dessa linha narrativa para aliciar sua clientela. “Ser viajante é muito mais que ser turista...” proclamava a campanha de um tour operador espanhol numa feira de turismo em Barcelona, em abril de 2017.

“Ser viajante é muito mais que ser turista...”. Politours, Barcelona.



Fonte: foto do autor.

Também contribuiu de forma significativa para a propagação do que poderíamos denominar “complexo do turista” a consideração que a própria literatura turística tem feito dessa figura e, em geral, do turismo, ressaltando seu caráter extraordinário e definindo-os em oposição à normalidade social.

A atenção que as ciências sociais, em particular, reservaram à modalidade do turismo de massa, na segunda metade do século XX, permitiu aprofundar o conhecimento do fenômeno turístico sob várias perspectivas disciplinares. Enquanto a política exaltava as virtudes “desenvolvimentistas” do turismo, uma parte importante da academia tratava de indagar, de um ponto de vista crítico, as premissas e os impactos do desenvolvimento turístico em grande escala. Como ressalta o historiador Bertram M. Gordon (2002), o conceito de “turismo de massa” é de natureza problemática. O termo “massa” pode ter, efetivamente, diversas acepções, mas, sobretudo com relação ao fenômeno turístico, foi se impondo como qualificativo pejorativo, provavelmente pela ênfase que certo discurso acadêmico deu ao caráter alienante da indústria turística e à ideia do consumo induzido. A questão da democratização da viagem, no entanto, parece não ter recebido a mesma atenção.

No debate sobre a chamada turismofobia, frequentemente se faz referência ao célebre índice de irritabilidade de Doxey, um dos primeiros e mais influentes modelos teóricos que tentaram explicar a relação entre desenvolvimento turístico e impacto social no destino turístico. Doxey (1975) identifica, em particular, quatro fases que marcam a evolução do destino e que correspondem a diferentes atitudes da comunidade anfitriã para com o turismo, conforme o nível da demanda turística. Na base desse modelo está a ideia de uma incompatibilidade de fundo entre habitantes e turistas. Embora numa fase inicial, chamada de *euforia*, a chegada de turistas seja festejada pela população local, a predisposição aos visitantes evolui em termos cada vez mais negativos à medida que seu número aumenta. Da euforia se passaria, primeiro, à apatia, depois ao incômodo e, por fim, ao antagonismo. O índice, também conhecido como Irridex, tem evidentes limitações e foi objeto de várias críticas (WALL; MATHIESON, 2006; MONTEERRUBIO CORDERO, 2008). Entre as principais, o caráter unidirecional do modelo, que não leva em conta os diferentes contextos em que se produz e se desenvolve a atividade turística. A realidade oferece casos em que a predisposição geral da comunidade residente ao turista melhora com o passar do tempo (FAULKNER; TIDESWELL, 1977) ou situações em que a fase inicial se caracteriza antes pela rejeição ou certa desconfiança do que por uma eufórica acolhida do fenômeno turístico (MOYSEY et al., 1996). Outro limite evidente é considerar a comunidade local como um corpo relativamente homogêneo desprovido de diferenças

internas suficientemente relevantes para ser levadas em conta em relação aos agentes turísticos e aos próprios turistas. Finalmente, o modelo de Doxey parece incorporar uma visão do binômio turista–morador como uma relação assimétrica entre sujeitos com interesses substancialmente diferentes, quando não conflitantes. Uma concepção que provavelmente é lastrada pelas leituras pós-coloniais do fenômeno turístico que, nessa mesma época, encontraram certa acolhida no âmbito dos estudos turísticos, em paralelo ao auge do turismo de massa e de sua primeira fase de internacionalização.

Talvez um dos trabalhos mais influentes nesse sentido tenha sido *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, de Turner e Ash (1975). O livro evidencia o papel do turismo na (re)definição das relações de subordinação econômica entre países ou territórios do então chamado Terceiro Mundo e os centros do poder mundial, os grandes países industrializados, de onde provêm os turistas internacionais. Os autores, ademais, mostram-se implacáveis na descrição destes últimos, representados na pouco edificante figura do bárbaro moderno capaz de arrasar as indefesas sociedades pré-industriais. Um dos muitos exemplos de aviltamento da figura do turista de que a literatura é pródiga, como lembra Gordon (2002).

A antropologia também se interessará pelo tema das relações de poder que se estabelecem nos destinos do que hoje se conhece como Sul global, contribuindo de certo modo para promover a ideia da condição de passividade, dependência e vulnerabilidade das populações locais em relação ao turismo internacional. Sem querer minimizar o papel determinante dos atores internacionais, tampouco é conveniente subestimar a responsabilidade que as agências locais e as relações de poder nas comunidades anfitriãs têm no impacto que o turismo produz no destino turístico. Nesse sentido, Noel Salazar (2006) denuncia certo viés etnocêntrico que se reflete numa parte da análise do turismo internacional e a atitude paternalista de muitos pesquisadores em relação às comunidades anfitriãs.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2017), somente uma de cada cinco viagens turísticas internacionais se dá entre duas regiões mundiais (conforme a divisão da OMT: Europa, Américas, África, Oriente Médio, Ásia e Pacífico), enquanto o resto se esgota nas próprias regiões de origem. A Europa se mantém como principal mercado emissor e receptor, enquanto as dinâmicas Norte–Sul continuam representando uma porção minoritária do turismo mundial. No entanto, as leituras pós-coloniais transbordaram o estrito âmbito da academia para, de certo modo, sedimentar-se no subconsciente coletivo.

De modo geral, o esquema da contraposição entre turista e morador continua tendo ampla aplicação, inclusive nos destinos urbanos do

poderoso Norte. Isso apesar da crescente e inédita complexidade (e desigualdade) que o processo de globalização cultural e econômica nos impõe, que se manifesta sobretudo no contexto dos grandes aglomerados urbanos, onde o visitante praticamente se “dissolve”. De fato, os padrões de comportamento e mobilidade dos turistas contemporâneos em destinos como Barcelona, Berlim ou Dubai são cada vez mais inextricáveis dos demais. O turista não se define a partir do significado e do conteúdo das práticas que realiza na cidade nem do âmbito em que se desenvolvem. A imagem da “bolha ambiental” (BOORSTIN, 1965; COHEN 1972), concebida para a tranquilidade e usufruto do visitante e afastada dos problemas e das possibilidades das comunidades locais, pode descrever o funcionamento de resorts exclusivos nas costas do Caribe ou da África Oriental, mas não serve para analisar a complexa geografia turística da cidade contemporânea. O crescente interesse pelas experiências e pelos espaços do cotidiano (MAITLAND, 2008; RUSSO; QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, 2014) borra no mapa urbano uma mobilidade que supera a lógica segregacionista que rege o desenvolvimento do espaço turístico tradicional e que aponta para contextos “des-exoticizados” de consumo, em que confluem outras populações urbanas (idem, 2010).

No entanto, o conceito de enclave turístico, que permite traçar no espaço geográfico uma linha de demarcação separando os turistas da população residente, continua tendo certa centralidade no debate sobre o conflito na cidade turística. Evidentemente, o conflito existe, faz parte do urbano, e o turismo pode desempenhar um papel significativo em sua alimentação e visibilidade, mas as linhas mestras do conflito passam por outros caminhos que atravessam as comunidades urbanas, cada vez mais diversas e desiguais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOORSTIN, Daniel J. *The image: A guide to pseudoevents in America*. New York: Atheneum, 1961.
- COHEN, Erik. Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39 (1), pp. 164-182, 1972.
- DELGADO, Manuel (2008). Turistofobia. *El País*, [ON-LINE]. Disponível em <https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html>. Data de consulta: 6 jan. 2018.
- DOXEY, George V. A causation theory of visitor–resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism. In *Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association*. San Diego, 1975.
- FAULKNER, Bill; TIDESWELL, Carmen. A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), pp. 3-28, 1997.

- GARRETT, James M. *Wordsworth and the writing of the nation*. Aldershot, Burlington: Ashgate, 2008.
- GORDON, Bertram M. El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia contemporánea*, 25, pp. 125-156, 2002.
- MAITLAND, Robert. Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), pp. 15-25, 2008.
- MOISEY, R. Neil; NICKERSON, Norma P.; McCOOL, Stephen F. Responding to changing resident attitudes toward tourism: Policy implications for strategic planning. In *27th Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association*, Las Vegas, 1996.
- MONTECUBIO CORDERO, Juan Carlos. Residents Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review. *Ciencia Ergo Sum*, [en línea], 15 (mar.-jun.), 2008. Disponible em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10415104>>. Data de consulta: 8 jan. 2018.
- MULVIHILL, James. Consuming Nature: Wordsworth and the Kendal and Windermere Railway Controversy. *Modern Language Quarterly*, 56(3), pp. 305-326, 1995.
- OMT - Organização Mundial do Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2017. [on-line]. Disponible em: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>>. Data de consulta: 3 jan. 2018].
- RUSSO, Antonio Paolo; QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, Alan. La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova*, [on-line] 23(483), 2014. Disponible em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-483.htm>>. Data de consulta: 13 jan. 2018].
- QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, Alan; RUSO, Antonio Paolo. Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico. *Scripta Nova*, [on-line] 14(323), 2010. Disponible em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-323.htm>>. Data de consulta: 14 jan. 2018.
- SALAZAR, Noel B. Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, 5, pp. 99-128, 2006.
- TURNER, Louis; ASH, John. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Londres: Constable, 1975.
- WALL, Geoffrey; MATHIESON, Alister. *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Harlow, Essex: Prentice Hall, 2006.
- ZEPEDA, Horacio E. Turismofobia: Patologizar el malestar social. *eldiario.es*, [on-line], 2017. Disponible em: <http://www.eldiario.es/catalunya/opinions/Turismofobia-Patologizar-malestar-social_6_660443975.html>. Data de consulta: 6 jan. 2018.

TURISMO E BEM COMUM: A RSC COMO ESCUDO TRANSNACIONAL CONTRA AS SOCIEDADES ANFITRIÃS E O AMBIENTE

Joan Buades¹

[tradução: Rubia Goldoni]

RESUMO

A globalização do turismo (com o surgimento da superpotência balear) antes da eclosão da crise financeira do final da década passada, longe de representar um avanço nas possibilidades de bem-estar das populações anfitriãs, explicitou sua perfeita consonância com a tripla ameaça que o neoliberalismo representa em escala mundial: o agravamento da crise ambiental, a insensibilidade social e a perseguição à ideia de democracia real local e planetária. Associar o turismo de massa com o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um contrassenso para qualquer pessoa ou coletivo que deseje melhorar as condições de vida de sua região ou do próprio planeta.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Turismo. Empresas transnacionais. Globalização. Neoliberalismo. Balear. República Dominicana. Brasil. México.

O MUNDO REAL E A IDEIA DA RSC

A partir da segunda metade do século XX, a humanidade vem experimentando uma mudança de vida radical e inédita em sua história. Se tomarmos três variáveis-chave (população, economia e ambiente), é difícil não perceber a gravidade da situação que enfrentamos como espécie. Por um lado, num prazo de sessenta e poucos anos, nossa população mais que triplicou, saltando de 2,5 bilhões para mais de 7,5 bilhões entre 1950 e 2016. Segundo as previsões médias da ONU, chegaremos a 9 bilhões de seres humanos em 2050. Mais de 99% desse crescimento se dará no Sul, que hoje já representa mais de 80% da

¹ Pesquisador crítico de turismo ambiente e globalização. Membro da equipe de pesquisa de ALBA SUD. Entre 1999 e 2003, foi deputado no Parlamento Balear pelo partido Els Verds. Durante essa legislatura, lutou pela introdução da tributação ecológica do turismo nas Ilhas Baleares. Entre seus livros se destacam: *On brilla el sol: turisme a Balears abans del Boom* (2004), *Exportando paraísos: la colonización turística del planeta* (2006), *Do not disturb Barceló: viaje a las entrañas de un imperio turístico* (2009). Além disso, também escreve narrativa de ficção. Seu primeiro romance, *CRUI. Els portadores da torxa* obteve o prestigioso prêmio Joan Crexells, do Ateneu Barcelonès (2017).

humanidade. Enquanto isso, o avanço vertiginoso da industrialização capitalista neoliberal multiplicou por sete o volume do que chamamos “economia”. Suas ferramentas-chave foram a criação de novas “necessidades básicas”, monetizáveis sob a forma de sociedade de consumo de massa e a desregulamentação praticamente total da esfera financeira, que se transformou numa megarrodovia de negócios sem fronteiras e completamente desvinculada da produção de bens e bem-estar comunitário reais. Os maiores beneficiários desse processo foram as 70 mil empresas transnacionais (+500%, a partir de 1970) que dominam o mundo, acima de governos, parlamentos e fronteiras. Claro que tamanha riqueza é distribuída de forma cada vez mais desigual. Enquanto a “classe consumidora” é constituída por apenas 1,7 bilhões de pessoas, concentradas no Norte e nas camadas privilegiadas de alguns países ditos “emergentes” (um quarto da humanidade), 2,8 bilhões sobrevivem com menos de dois dólares por dia. Como corolário, a “pegada ecológica” da espécie humana no planeta assumiu proporções angustiantes para o nosso futuro imediato, já que nosso estilo de vida consome o equivalente a 1,3 planeta para se abastecer de bens e serviços e tratar nossos resíduos. Evidentemente, os níveis de responsabilidade são muito desiguais: enquanto nos Estados do Norte o consumo de recursos *per capita* equivale a 9,4 hectares globais (isto nos EUA; na Espanha atingiria 5,7), no Sul, a cota é notoriamente menor: 2,1 na China, 2,0 na Nicarágua, 1,3 na Nigéria e 0,5 em Bangladesh.

Nessa encruzilhada, no início dos anos 1970, alguns *think tanks* do capitalismo começaram a defender a necessidade de adotar estratégias de “Responsabilidade Social Corporativa” (RSC). Era a época dos primeiros relatórios sobre a urgência ambiental planetária, como o do Clube de Roma, em 1972, e do choque da primeira crise do petróleo na opulenta sociedade ocidental. Para esses ideólogos, os principais atores da economia internacional, as empresas transnacionais (ETNs), deviam passar à ofensiva em face das crescentes críticas quanto à sua responsabilidade pela crise global. Apesar da retórica do compromisso com os negócios “éticos”, que deu lugar à criação de uma fonte inesgotável de trabalho para profissionais do marketing a soldo das ETNs, a verdade é que o aspecto mais relevante da proliferação de códigos e estratégias de RSC é o fato de serem ações de caráter voluntário, não submetidas a nenhum mecanismo de avaliação participativa e independente. Isto é: a partir de sua própria concepção, são um instrumento de “cuidado de imagem” das próprias ETNs, que financiam e promovem o “produto” sem interferências nem controles regulatórios. À medida que a deterioração da situação socioambiental do planeta foi se acelerando, sob o impacto do turbocapitalismo financeiro controlado pelas ETNs, os programas e campanhas de RSC se multiplicaram e se sofisticaram (qualquer transnacional que se preze deve contar com uma fundação, um código de ética e um programa de garantias sobre o caráter “verde”, “solidário” e até “redistributivo para coletivos e sociedades empobrecidas”).

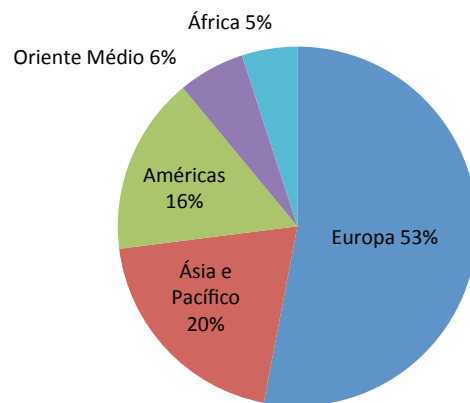
Infelizmente, existe um impressionante volume de provas documentais sobre a falsidade desse modelo de RSC, o único que realmente existe, tanto a nível global corporativo (www.corporatewatch.org; www.odg.cat; www.omal.info), como na pesquisa sobre suas muitas maneiras de se apresentar à sociedade internacional de consumidores, por meio das “marcas” (KLEIN, 2001; WERNER; WEISS, 2004).

O QUE O TURISMO TEM A VER COM TUDO ISSO?

Com o Ocidente em plena recessão, em 2012 bateu-se um recorde histórico no fluxo internacional de turistas: 1,035 bilhões de visitantes². Esse dado indica que, desde 1950, o volume de turistas se multiplicou por 41. Assim, a velocidade de crescimento da economia turística é cinco vezes maior que a da economia global. Esse é um primeiro indício de como a industrialização do turismo protagonizou um boom espetacular, superando até mesmo a história de sucesso do turbocapitalismo dos últimos decênios.

E isso não é tudo. De acordo com o World Travel & Tourism Council (o lobby que reúne as principais ETNs do setor), o turismo representa 9,4% do PIB mundial, 10,9% das exportações totais e 7,6% do emprego, pois teria gerado 220 milhões de postos de trabalho em 2008³. O reflexo territorial desse gigante econômico também é muito desigual:

Regiões turísticas por recepção



Fonte: OMT, 2009, p. 3.

Geograficamente e do ponto de vista da recepção, portanto, o turismo é um setor amplamente dominado pela hegemonia dos Estados do Norte (quase dois terços das viagens se dividem entre Europa, EUA, Canadá, Austrália e Nova

² Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (www.unwto.org).

³ Consultar www.wttc.org.

Zelândia), ao passo que a África, o continente mais pobre e carente de oportunidades de bem-estar, recebe escassos 5% dos turistas. As duas regiões situadas fora das áreas centrais do Norte que se destacam pela intensidade do uso turístico em relação a sua população e território são o Mediterrâneo (nas suas três costas continentais), com 250 milhões de turistas anuais, e o Caribe–México, mais a América Central, onde se concentram cerca de 50 milhões (OMT, 2009).

A oferta hoteleira apresenta duas características fundamentais: um crescimento enorme e a tendência à concentração. Em 1989, eram 10,8 milhões de quartos disponíveis, em 2005 chegaram a 16,3 milhões. Quanto ao grau de concentração, basta dizer que, se no final dos anos 1980 as duzentas primeiras cadeias controlavam 25% da oferta mundial, na metade da década passada, as dez primeiras ETNs dominavam 20% do mercado global (BUADES, 2006).

Quais são as dez primeiras companhias hoteleiras em escala mundial? O dado crucial é que, apesar da globalização, em 2007, oito delas continuavam a ter sua sede nos EUA, assim como doze das vinte primeiras. As demais, exceto a ETN chinesa Jin Jiang International Hotels (17ª colocada), estão domiciliadas na UE. Até a 50ª posição, encontramos somente quatro ETNs turísticas do Sul, e sempre em colocações discretas: outras três chinesas (Shangri-La Hotels & Resorts [35ª], Jin Ling Hotels & Resort Corp. [48ª] e Guandong International Hotels Management Holdings Ltd. [50ª]) e o Grupo Posadas de México [42ª].

Ranking 2007	Companhia Sede corporativa	Quartos 2007	Hotéis 2007
1	IHG (InterContinental Hotels Group) Windsor, Reino Unido	585.094	3.949
2	Wyndham Hotel Group Parsippany, N.J., EUA	550.576	6.544
3	Marriott International Washington, D.C., EUA	537.249	2.999
4	Hilton Hotels Corp. Beverly Hills, Califórnia, EUA	502.116	3.000
5	Accor Paris, França	461.698	3.871
6	Choice Hotels International Silver Spring, Maryland, EUA	452.027	5.570
7	Best Western International Phoenix, Arizona, EUA	308.636	4.035
8	Starwood Hotels & Resorts Worldwide White Plains, Nova York, EUA	274.535	897
9	Carlson Hotels Worldwide Minneapolis, Minnesota, EUA	146.600	969
10	Global Hyatt Corp. Chicago, Illinois, EUA	135.001	721

Fonte: Hotels' 325, 2008.

Ainda assim, é preciso destacar que o Investimento Direto das ETNs hoteleiras nos países do Sul continua sendo notoriamente baixo, já que apenas 18% de sua oferta de alojamento se localizada nessa porção do globo, especialmente no Caribe e na América Latina, embora se verifique um crescente investimento na Ásia Oriental (sobretudo na China) (Unctad, 2007).

O cenário de médio prazo previsto pela Organização Mundial do Turismo (OMT) é inquietante pela imensidão do crescimento iminente: nada menos que mais de 500 milhões de novos turistas no planeta até o final da próxima década. Tudo isso sem que haja mudanças relevantes quanto à geografia dos fluxos turísticos, já que, segundo essa previsão, o predomínio do Norte continuará praticamente incólume:

	1995	2010	2020	Cota (2020)
Mundo	565	1.066	1.561	100
Europa	336	527	717	45,9
Ásia Oriental e Pacífico	81	195	397	25,4
Américas	110	190	282	18,1
África	20	44	77	5,0
Oriente Médio	14	36	69	4,4
Ásia Meridional	4	11	19	1,2

Fonte: www.unwto.org

Como vimos, o boom da hotelaria mundial a partir da metade dos anos 1980 é paralelo à expansão sem precedentes do capitalismo financeiro. O ponto de contato, a sinergia que possibilitou esse fenômeno, foi a construção de uma enorme oferta turística sob a forma de *cluster* de negócio, em que ao hotel tradicional pode somar-se uma ampla gama de atrativos (de condo-hotéis a campos de golfe, passando por cassinos ou marinas). Para os fundos de investimento especulativo que caracterizaram o turbocapitalismo até a crise atual, a boa imagem social (a “indústria sem chaminés”, a do “passaporte para o desenvolvimento”) do investimento turístico permite, ao mesmo tempo, ocultar a origem obscura de boa parte de seus capitais e ao mesmo tempo obter lucros rápidos. Para as ETNs hoteleiras, a formação de parcerias estratégicas, com todo tipo de engenharia de investimento financeiro, proporcionava uma extraordinária liquidez que lhes permitia crescer numa escala impensável poucos anos atrás (BUADES, 2006, pp. 41-58). Esses benefícios mútuos disparavam ao veicular boa parte do fluxo financeiro e de capitais através da densa rede de paraísos fiscais (da City de Londres às ilhas Caiman, passando pela Bolsa de Nova York) que funciona como caixa-dois das ETNs que dominam o mundo acima de governos, leis e fronteiras. De fato, não existe ETN hoteleira que

não disponha de diversas sociedades-fantasma domiciliadas nesses buracos negros da economia internacional, à margem de qualquer controle público (CHAVAGNEUX; PALAN, 2007).

Essas rendas “ocultas” do setor são reforçadas pelo não lugar que o turismo ocupa na ciência política, por seu pouco peso acadêmico nas ciências econômicas e sociais e, sobretudo, sua “exótica” falta de regulação como atividade industrial a nível internacional e até local. Tudo isso aumenta seu atrativo para os conservadores interesses industrialistas, sempre temerosos de que “a política” invada tudo. O turismo é visto por eles como um dos últimos espaços em que a liberdade pode ser “desfrutada” indistintamente por pessoas e empresas (MUNDT, 2004).

Em suma: a indústria do turismo constitui um grande obstáculo à tarefa de avançar rumo a um mundo ecologicamente com futuro, onde as comunidades sejam levadas em conta e a democracia seja uma realidade cotidiana.

A SUPERPOTÊNCIA TURÍSTICA ESPANHOLA E SUA RESPONSABILIDADE GLOBAL

O famoso “milagre turístico espanhol” dos anos 1950 aos 1970 reflete o sucesso da Espanha franquista em atrair os tour operadores do Norte. A expansão foi de fato explosiva:

	Milhões de turistas
1950	0,4
1956	1,5
1960	6,1
1963	10,9
1970	24,1
1975	30,1
1995	62,4
2007	57,4

Fontes: Bote Gómez (1998) e www.iet.tourspain.es.

Dois fatores tiveram enorme influência para que a Espanha ficasse na moda, ambos de crucial importância para entender o poder atual das ETNs hispânicas. Primeiro, o franquismo aproveitou a conjuntura geopolítica (a Guerra Fria) para se posicionar como um destino seguro e ensolarado para o turismo do Norte, numa região em disputa (o Mediterrâneo). Depois, colocou-se ao alcance dos interesses dos poderosos tour operadores do Norte, a fim de que pudessem operar no país sem entraves fiscais, legais ou ambientais (BUADES, 2006, pp. 32-37). Essas duas “forças” do

modelo espanhol de industrialização turística de massa, a mais radical operada no Mediterrâneo na segunda metade do século XX, entrou em crise com o fim da “paz social” garantida pela ditadura e com a reforma democrática, a legalização dos sindicatos e a emergência de movimentos ambientalistas contrários à urbanização selvagem do litoral, a principal vítima territorial do produto-padrão da época (“Sun, Sand & Sex”).

O impasse foi resolvido com determinação a partir de meados da década de 1980, quando empresas turísticas emblemáticas como Sol Meliá e Barceló começaram a apostar em deslocalizar sua oferta em direção ao Sul. Sol Meliá pactuou com o ditador indonésio Suharto condições excelentes para seu primeiro estabelecimento no exterior (em Bali, em 1985), enquanto Barceló estreava, no mesmo ano, na República Dominicana, pela mão do todo-poderoso sócio local, Frank Ranieri, para iniciar a construção do seu novo paraíso com a marca “Bávaro” (BUADES, 2006 e 2009). Enquanto se desfaziam de suas propriedades e de uma parte da gestão de seus cada vez menos rentáveis estabelecimentos na Espanha (especialmente nos dois arquipélagos – Baleares e Canárias – e na costa peninsular mediterrânea), algumas empresas hispânicas que tinham crescido servindo de cabeça de ponte local para os tour operadores do Norte se metamorfosearam em poderosas ETNs. Aproveitando seu *know how* anterior a 1975, souberam buscar importantes aliados e padrinhos públicos e privados para garantir “mercados” cativos, sem riscos democráticos, sociais ou ambientais, onde fosse possível obter níveis de rentabilidade estratosféricos. O resultado salta aos olhos: a Espanha, a praia do Ocidente por excelência durante a Guerra Fria, é hoje uma superpotência turística planetária e conta com oito ETNs situadas entre as primeiras setenta do mundo.

Ranking	ETN	Quartos	Hotéis
15	SOL MELIÁ S.A. Palma de Maiorca, Baleares	75.022	301
21	NH Hoteles S.A. Madri	49.677	341
24	BARCELÓ Hotels & Resorts Palma de Maiorca	42.173	162
27	RIU Hotels & Resorts Palma de Maiorca, Baleares	36.512	102
31	IBEROSTAR Hotels & Resorts Palma de Maiorca, Baleares	31.000	97
63	H10 Hotels Barcelona	12.386	44
65	HUSA Hotels Group Barcelona	12.174	152
69	FIESTA Hotel Group Ibiza, Baleares	11.553	42

Fonte: Hotels' 325, 2008.

Juntas, as “Oito Grandes” controlavam, em 2009, cerca de 1.300 estabelecimentos hoteleiros e 280 mil vagas. O domínio balear-catalão é muito significativo. Se relacionarmos essas empresas a seus parceiros empresariais globais, sua relevância é ainda maior, considerando os laços da Sol Meliá com a Wyndham (a segunda ETN mundial) ou o controle da TUI (a 13ª do planeta) pelo consórcio Riu/Fiesta-Sirenis e a Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM). Todas elas estendem suas redes sobre as regiões em que operam, articulando-se com companhias aéreas, agências de viagem e, principalmente, com incorporadoras e entidades financeiras. Assim como ocorre com as dez maiores ETNs, sua principal fonte de negócios é a residencialização e a engenharia financeira em paraísos fiscais.

Um fato-chave é que mais da metade dessa oferta, com tendência crescente, está situada no exterior. México e Caribe, EUA, a hotelaria urbana da UE e os balneários mediterrâneos (do Marrocos à Turquia, passando por Itália, Croácia, Bulgária e Chipre) constituem os principais focos de negócio. Em regiões turísticas do globo como a República Dominicana, Iucatã, Cuba ou Canárias, as ETNs hoteleiras espanholas se tornaram as verdadeiras donas da economia (CAÑADA, 2009).

Finalmente, não teria sido possível às ETNs espanholas desenvolverem sua vocação exportadora sem a entusiástica colaboração do Estado espanhol, não apenas por meio de organismos públicos de apoio ativo à internacionalização, como o ICEX (Instituto de Comercio Exterior, com seus “planos país”), ou dos numerosos convênios de “cooperação turística”, para facilitar a remessa de lucros sem custo fiscal relevante para as ETNs, mas também com a participação crucial dos governos González, Aznar e Zapatero. Acima das diferenças partidárias, o estímulo e as facilidades concedidas pelos governos democráticos para que as ETNs turísticas se deslocalizassem foram firmes e cada vez mais radicais. Além da assinatura do neoliberal Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços, da Organização Mundial do Comércio (OMC), a Espanha foi desmantelando todo controle real sobre os fluxos de capitais e sobre o regime de investimentos nacionais no exterior (BUADES, 2006, pp. 67-92).

Naturalmente, há algumas ETNs que acompanharam essa expansão global com crescentes demonstrações de seu compromisso com a sociedade e o meio ambiente. Infelizmente, a maioria delas se move no âmbito das ações pontuais e intermitentes, já que seis das Oito Grandes não dispõem sequer de um “código de ética” corporativo, isto é, uma simples declaração de intenções sobre o caráter benéfico e ambientalmente sustentável da companhia.

ETN	Fundação própria	Publica relatório anual	Código de ética	Programa ambiental	Programa de ação social	Investimento sobre EBITDA declarado (em milhões de €)
Sol Meliá	Não	Não	Não	Sim	Sim	1.6 m. / 349.2 m. € [0.4%]
NH	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	638.317€/283 m. € [0.2%]
Barceló ⁴	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	c. 1 m. € /122 [0.8%]
Riu	Não	Não	Não	Não	Não	?
Iberostar	Sim	Não	Não	Não	Não	?
H10	Não	Não	Não	Não	Não	?
Husa	Não	Não	Não	Não	Não	?
Fiesta –Sirenis	Não	Não	Não	Não	Não	?

Fontes: sites corporativos (consultados em 2009).

Só duas ETNs têm um “código de ética” (NH e Barceló), uma fundação própria (Barceló e Iberostar) ou um programa ambiental formal (Sol Meliá e NH). Três delas dispõem de programas de ação social (Sol Meliá, NH e Barceló). Justamente as três mais importantes são as únicas que publicam seus resultados brutos, anteriores ao recolhimento de impostos e taxas, bem como o investimento em RSC. Em todos os casos, o montante a fundo perdido – além de não se submeter a nenhuma auditoria independente, de muita de suas ações ter idoneidade questionável e, inclusive, de boa parte do valor ser amortizada com incentivos fiscais para seus próprios projetos – chama a atenção por sua insignificância. Assim, a correlação com os resultados brutos é de apenas 0,8%, no melhor dos casos (Barceló). No caso de Riu, Iberostar, H10, Husa e Fiesta-Sirenis, o compromisso real é desconhecido: simplesmente não publicam relatórios anuais.

Portanto, embora as ETNs espanholas se situem no topo do ranking global do setor turístico, surpreendentemente, seu compromisso, mesmo que formal, com a chamada RSC é muito limitado e desproporcional para empresas que se pretendem líderes globais.

⁴ Não inclui os resultados, não publicados, de Barceló Crestline, domiciliada nos EUA, que administra um terço dos hotéis do Grupo. Portanto, o investimento na RSC é aqui subestimado.

A RSC DA INDÚSTRIA TURÍSTICA: UM SUJO CADERNO DE CAMPO

As duas grandes plataformas globais do turismo internacional tentam, há anos, promover a ideia de compromisso do setor com a “responsabilidade social corporativa”. A OMT conseguiu que a ONU adotasse o “Código de Ética mundial para o turismo” (OMT, 2001) e, em setembro de 2008, lançasse o programa TOURPact.GC, voltado a mobilizar o apoio das empresas turísticas aos Objetivos do Milênio e à Declaração de Davos sobre a mudança climática e o turismo⁵. Como um influente lobby privado, o WTTC, vem publicando diversos relatórios de orientação estratégica, entre os quais se destaca o chamado “Corporate Social Leadership in Tourism & Travel” (WTTC, 2002).

Na origem desses esforços está a necessidade de edulcorar a dura realidade perante a opinião pública. Por um lado, o setor turístico demonstra um notável atraso na adoção de compromissos voluntários de reforma ambiental e social em relação a outros setores industriais, quando sua responsabilidade é maior. Além disso, apesar do crescimento em variedade e quantidade de objetivos (do respeito à Natureza ao repúdio do turismo sexual, passando pelo patrocínio do microcrédito para projetos de bem-estar comunitário), a tendência de fundo vai no sentido contrário.

Do ponto de vista de sua relevância, existem *três grandes buracos negros* que fagocitam qualquer efeito positivo das incontáveis pequenas medidas que algumas ETNs tentam adotar: o descuido ambiental, a insensibilidade social e a ameaça à democracia, tanto local como global.

O “DESCUIDO” AMBIENTAL

Os compromissos ambientais das *ETNs ignoram três problemas-chave* da crise global que afetam o planeta: *mudança climática, perda de biodiversidade e estresse hídrico*.

Normalmente, a ênfase costuma recair sobre o modo como o efeito estufa pode afetar a viabilidade do negócio turístico nas várias regiões do globo. Mas a verdade é que *os cálculos oficiais sobre o papel do turismo na deterioração do clima são cada vez mais preocupantes*. Um relatório do Programa Ambiental das Nações Unidas, por exemplo, chama a atenção para a subestimação do peso do setor na mudança climática. Para além dos propalados 5% de responsabilidade, se fosse considerado não apenas o CO₂, mas o conjunto de gases-estufa, o setor seria responsável por algo em torno de 14% das emissões. E mais: o relatório reconhece que esse cálculo ainda é conservador, porque não inclui o consumo de energia na construção de hotéis, aeroportos, estradas e rodovias.

⁵ Ver comunicado de 27 de setembro da OMT em www.unwto.org/media/news/sp.

Atendo-nos à emissão de CO², os 5% atribuídos à atividade turística estão ligados ao enorme impacto do transporte (cerca de 90%). O tipo de transporte utilizado está longe de ser indiferente: a aviação é responsável por cerca de 75% das emissões, ao passo que ônibus e trens, que contemplam 34% das viagens turísticas, produzem apenas 13% de CO². Por outro lado, embora as viagens aéreas de longa distância respondam por apenas 2,7% do turismo internacional, representam 17% das emissões de CO². Além disso, a responsabilidade é muito desigual, porque o turismo internacional é um produto do qual apenas 2% da população mundial (cerca de 140 milhões de pessoas) se beneficia (SIMPSON et al., 2008).

As previsões para o médio prazo são bem piores: até por volta de 2035, o turismo terá crescido 179% e sua contribuição para o efeito estufa, 188%, sobretudo devido à expansão do tráfego aéreo. Tudo isso num cenário em que o International Panel on Climate Change (IPCC) exige uma redução de 50% das emissões de gases-estufa atuais até por volta de 2050 (idem, 2008). Nesse contexto, até em veículos como o *Financial Times* é possível ler que, num futuro próximo, o turismo internacional “será visto como o inimigo ambiental número um” (TOMKINS, 2006).

Qual foi a reação das ETNs diante dessas evidências? Basicamente, atuar como lobby para impedir que o Protocolo de Kyoto e seu eventual substituto incluam qualquer referência a objetivos concretos de limitação do crescimento do transporte aéreo e, muito menos, de utilização de mecanismos de tributação ambiental para favorecer a redução das emissões. A aposta passa por entrar no “mercado das emissões de carbono” e introduzir o uso de biocombustíveis (OMT, 2007; WTTC, 2009). Ou seja, a ênfase está em melhorar a eficiência e minimizar o impacto das viagens individuais, deixando de lado qualquer mudança real na tendência de fundo: o crescimento constante e explosivo do transporte aéreo e do turismo internacional de longa distância da América do Norte e Europa para a Ásia oriental e o Pacífico, bem como para o Caribe e os Emirados Árabes, principais polos de atração turística no médio prazo.

Além do fator transporte, hoje não há exemplos de nenhum tipo de plano de solarização geral dos resorts, o que é absolutamente inacreditável quando a imensa maioria deles está situada nas áreas de maior radiação solar anual do planeta (Mediterrâneo, Caribe, Trópicos). Qual o sentido, então, de se vangloriar de um programa-piloto de substituição de lâmpadas incandescentes por iluminação eficiente, quando elas serão usadas em resorts com um desenho energético absolutamente insustentável no que diz respeito a tipologias, materiais, isolamento e refrigeração?

Uma *segunda fatura ambiental* é composta pela participação do turismo internacional na *perda de biodiversidade*, identificada na Cúpula da Terra do Rio de Janeiro, em 1992, como o outro grande desafio ambiental global. Assim, os investimentos das ETNs implicam na:

- *Colonização e artificialização turística de zonas tropicais* com alto valor ecológico, por ser o bioma mais rico do planeta (Costa Rica, Indonésia).
- *Devastação generalizada do litoral*, tanto do Mediterrâneo como do México e da América Central. A residencialização da oferta e a localização maciça de infraestruturas aeroportuárias, estradas e rodovias sacrifica continuamente praias, ecossistemas dunares, mangues, estuários e áreas protegidas. Se o exemplo da urbanização extrema da costa espanhola é de permanente atualidade, os litorais croata, turco, tunisiano e marroquino se assemelham cada vez mais a esse modelo.
- *Preferência pela localização em espaços insulares*, que, junto com os tropicais, abrigam os ecossistemas mais frágeis do planeta. Além das Baleares e das Canárias, as ETNs espanholas são as verdadeiras proprietárias da República Dominicana, Cuba, Jamaica e de Cabo Verde (BUADES, 2006, pp. 59-119).

O corolário dessa colonização turística de regiões tropicais, litorâneas e insulares é a utilização do apelo “natural” como gancho comercial re-quentado de velhos e novos “destinos” (de Maiorca à Costa Rica, passando pelo Brasil). As áreas protegidas são transformadas, assim, no cartão de visitas para atrair novos empreendimentos residenciais e turísticos que, quando materializados, provocam o desaparecimento ou a forte deterioração dessas áreas⁶. Segundo o Programa Ambiental das Nações Unidas, o turismo para as zonas mais ambientalmente ameaçadas do planeta teria dobrado na década de 1990 (CHRIST et al., 2003).

O *estresse hídrico* sempre acompanha a industrialização turística. Por um lado, as “necessidades” de consumo de água do setor são muito superiores às da população permanente. Assim, por exemplo, um turista consome 3,8 vezes mais água que um/a cidadão/cidadã de Lanzarote (nas Canárias), enquanto, em Barbados, esse consumo pode chegar a ser até 10 vezes maior (BUADES, 2008). Numerosas práticas suntuárias ligadas à oferta turística (como campos de golfe, piscinas ou parques aquáticos) fazem o consumo disparar. Um campo de golfe exige, por ano, a mesma quantidade de água que uma comunidade de 8 mil pessoas (GOV. MAIORCA, 2000).

A maioria das regiões turísticas mais exploradas se situa em zonas de escassez hídrica, ou acabam se transformando numa em consequência do superconsumo do turismo. Enquanto no Mediterrâneo a pressão turística

⁶ Para a situação na hiperturistizada Maiorca, visitar o portal www.salvemmallorca.org.

e residencial propugna por produzir água dessalinizada artificialmente para sustentar o crescimento a todo custo (transferindo o problema ao clima, pois a dessalinização gera grandes quantidades de CO²), no Caribe e na América Central, a disputa pela água se traduz em lutas cidadãs pela defesa de aquíferos ante a ameaça da sua privatização e de seu esgotamento nas mãos de ETNs turísticas e imobiliárias. É paradigmático o caso da mobilização em defesa do rio Nimboyore, no Guanacaste costarriquenho, contra projetos hoteleiros e residenciais como os de Sol Meliá em Playa Conchal e Reserva Conchal, ou de Riu e outras em El Coco e Ocotál⁷ (RAMÍREZ COVER, 2008).

A INSENSIBILIDADE SOCIAL

O mapa mundial da localização da oferta das ETNs também revela como a aposta na turistização, longe de representar uma melhora no bem-estar das comunidades afetadas, cria novos problemas.

Um primeiro indicador disso é o *grau de liberdade sindical e de respeito pelos direitos trabalhistas*. Nas Baleares, por exemplo, uma das regiões mais turistizadas do planeta, faz tempo que os sindicatos deixaram de atuar como tais, para se transformarem em gestores de subsídios públicos e em garantia para as ETNs de que o trabalho “normal” a que se pode aspirar é o “de temporada”, no melhor dos casos como “fixo-temporário” (sic), durante seis meses por ano (BUADES, 2006, p. 26). Em sua expansão para a América Latina, as ETNs espanholas têm exportado esse modelo de precarização. A confederação Rel-UITA denunciou o comportamento antissindical do conjunto das ETNs espanholas na América Latina, destacando o caso de Barceló, que permite seções sindicais em menos de um quarto de seus estabelecimentos. O caso mais extremo é o de Cuba onde, apesar de a sindicalização ser obrigatória, na realidade o acesso a um posto de trabalho em turismo depende do aval do regime comunista (REL-UITA, 2008). O tipo de emprego gerado pelo setor demanda mão de obra majoritariamente pouco qualificada, com baixa remuneração, enquanto os cargos de direção são reservados a uma elite de confiança (no caso das ETNs espanholas, executivos importados de suas regiões de origem). O desrespeito às normas de proteção sanitária e trabalhista levou a situações dramáticas até em países como a Costa Rica, que se jacta de ser a Suíça latino-americana. Assim, por exemplo, em novembro de 2008, a cadeia RIU “perdia”, no Guanacaste, um trabalhador da construção civil devido à superlotação e às condições insalubres dos barracões que dividia

⁷ Para que se tenha uma ideia da demanda hídrica gerada por esse polo de desenvolvimento turístico, consultar o site www.reservaconchal.com.

com outras 1.500 pessoas empregadas em projetos hoteleiros e imobiliários da região⁸.

Por outro lado, as expectativas de especulação imobiliária geradas pela implantação das ETNs turísticas transformam o *solo em palco de disputa* extremamente encarniçada entre as comunidades locais e os agentes da indústria do ócio. Em Maiorca, em 2005, o solo classificado como urbanizado ou urbanizável previa um teto populacional de 3,3 milhões de habitantes, quando a população fixa era de 700 mil pessoas. Quer dizer, um planejamento territorial a serviço das ETNs turísticas e imobiliárias previa multiplicar a população por quatro no médio prazo. De fato, àquela altura, já haviam sido construídas 1,4 milhão de vagas residenciais. Paradoxalmente, apesar da abundância teórica de habitação disponível (duas vagas por habitante), a maioria da população não podia ter acesso a uma moradia digna porque o mercado imobiliário era o mais caro da Espanha (GOV. MAIORCA, 2006). O boom imobiliário residencial para o mercado internacional, enquanto a população local se vê privada de moradia, tornou-se justamente a imagem de marca do litoral mediterrâneo espanhol nas últimas décadas (DÍAZ OURETA; LOURÉS, 2006). Em sua expansão sem fronteiras, as ETNs provocaram frequentes conflitos com as comunidades pelo uso da terra⁹. Muitas vezes, governos “amigos” tentaram facilitar a espoliação pura e simples de terras comunais de alto valor paisagístico e ambiental, como no caso da disputa pela conservação da Laguna de Apoyo, na Nicarágua (www.laprensa.com.ni, 13 nov. 2007). Em casos extremos, houve violência física. Na República Dominicana, são frequentes os assassinatos perpetrados por paramilitares a soldo de companhias turísticas e urbanizadoras na costa leste vizinha a Bávaro (www.listin.com.do, 9 abr. 2009). Em todo caso, o resultado é a falência das economias camponesas e locais, sem que a prosperidade econômica, os bons empregos e o bem-estar em áreas como educação, saúde ou serviços sociais cheguem à maioria (BAÑOS RAMÍREZ; CASTAÑEDA-NAVARRETE, 2007; BUADES, 2006, pp. 29-40).

Outro elemento relevante do impacto social das ETNs tem a ver com o *choque intercultural* decorrente de sua implantação. De fato, a industrialização turística costuma usar a paisagem e as comunidades como mero “cenário” sob a forma de “valor agregado” de um negócio que se quer rápido e descomplicado. O turismo poria em contato com o mundo “cosmopolita”, “moderno” e “monetarizado”, sociedades “atrasadas”, pitorescamente

⁸ Ver dossiê sobre o caso em www.turismo-responsable.org/denuncia/0903_riu_costarica.html.

⁹ É muito interessante o dossiê da Fundación Prisma de El Salvador sobre turismo e desenvolvimento imobiliário na América Central (www.prisma2.org.sv/web/Inmobiliario/index.htm).

“arcaicas” e “em vias de extinção” (SANTA ANA, 2004). A padronização de produtos e serviços inerente à indústria turística, independentemente de sua localização no globo, leva à aculturação e à erosão do capital social das comunidades afetadas. Além disso, o boom especulativo funciona como um ímã para a imigração maciça a essas zonas. Na ausência de qualquer estratégia de coesão social, o consequente boom migratório acelera a despersonalização e a fragmentação comunitárias (BOISSEVAIN, 1996; BUADES, 2007; JIMÉNEZ MARTÍNEZ; SOSA FERREIRA, 2007).

A AMEAÇA À DEMOCRACIA LOCAL E GLOBAL

As ETNS são indiferentes ao caráter democrático ou ditatorial dos sistemas políticos ao decidir suas localizações. Sua preferência está muito mais voltada para regimes “sem incerteza”, como os de República Dominicana, México, Indonésia ou Marrocos, do que para sistemas democráticos tradicionais. Como fizeram no campo de provas balear e espanhol, entre 1955 e 1975, trata-se de se garantir, por meio de uma poderosa rede de “amigos” locais, um quadro seguro de facilidades de investimento e de remessa de lucros para o exterior, incluindo baixos salários em empregos pouco qualificados, bem como o apoio do setor público para fornecer infraestruturas, cada vez maiores, de transporte (aeroportos, portos e rodovias), energia, água e saneamento. O objetivo é criar *clusters* de negócio em grande escala voltados para o crescimento quantitativo constante. Nesse sentido, as sinergias entre Sol Meliá e a ditadura de Suharto permitiram, em 1985, o primeiro salto internacional da primeira ETN espanhola. Hoje em dia, a pujança de Barceló seria inexplicável sem esse *know how* que lhe permite “fazer” a República Dominicana ou o Marrocos com segurança, com o respaldo de padrinhos locais como Frank Raineri ou Mohammed VI (BUADES, 2009).

As ETNs pressionam o Estado para que atue como facilitador de seus projetos, investindo o máximo de dinheiro público possível em infraestruturas para sustentar uma expansão constante em nível de vagas de alojamento e residenciais, sem esquecer seu papel ativo na comercialização do seu produto, através de campanhas milionárias de promoção no exterior. Naturalmente, as impressionantes quantias de dinheiro público postas a serviço dos interesses das ETNs fluem em prejuízo dos investimentos em desenvolvimento humano das sociedades teoricamente beneficiadas. Onde crescem aeroportos e rodovias, onde aparecem estações de tratamento de água e lixo, onde quantias fabulosas são dilapidadas em publicidade de férias em benefício de negócios privados, o investimento em educação básica e universitária, em saúde e bem-estar social costuma cair ou, simplesmente, desaparecer, como no caso da moradia social (BUADES, 2006, pp.

67-119). Quando os protestos da cidadania local pareceram ameaçar aqueles investimentos, fosse no México ou na Jamaica, as Oito Grandes não hesitaram em convocar os serviços de mediação e proteção tanto do presidente espanhol como do próprio rei (www.eleconomista.es, 15 jul. 2007 e www.diariodeibiza.es, 21 fev. 2009).

Seja como for, a falta de transparência fundamental tem a ver com o aproveitamento da *engenharia financeira via paraísos fiscais*. Em janeiro de 2000, 140 Estados presentes na Organização Mundial de Comércio, o instrumento institucional crucial do turbocapitalismo, deram à luz o Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços (GATS, na sigla em inglês). Ele criava um novo marco absolutamente favorável para os investimentos das ETNs de todo tipo, em qualquer país, *acima de suas legislações e normas econômicas, ambientais ou sociais*. O que transforma as ETNs num concorrente com os mesmos direitos que qualquer empresa ou iniciativa local. Assim, e dada a desigualdade entre umas e outras, criam-se condições para multiplicar abruptamente os projetos turísticos e imobiliários em amplas regiões do mundo. Todas as grandes áreas de desenvolvimento turístico se localizam em Estados que ratificaram o GATS, e os Estados que aspiram a se tornar novos e promissores “destinos” se apressam a ratificá-lo. Assim sendo, e para poder atrair a atenção das ETNs, as economias locais são submetidas a uma competição canibal em matéria de tributação, direitos sociais e trabalhistas e proteção ambiental. Quanto mais empobrecido o país, mais radical o desmantelamento de qualquer normativa de planejamento e supervisão democráticos sobre o território, a economia e o ambiente. Sem falar na privatização subsequente de bens sociais, como a água ou a terra (EQUATIONS, 2007).

Esse marco ultraliberal tão favorável chega ao paroxismo com a aposta das ETNs turísticas no fluxo financeiro através de paraísos fiscais¹⁰. Não existe nenhuma transnacional turística espanhola que não movimentasse boa parte de sua contabilidade nessa sombria rede de prestidigitação de capitais que escapa a todo controle internacional público. Sol Meliá, por exemplo, tem mais de vinte sociedades domiciliadas em paraísos fiscais como Ilhas Caiman, Antilhas Holandesas, Panamá, Luxemburgo ou Ilhas Jersey. NH prefere Luxemburgo e os Países Baixos. Barceló tem uma queda pela Suíça e pelo Panamá, enquanto Riu e Fiesta-Sirenis têm forte presença financeira em Aruba, Bahamas, Panamá, Chipre e Cabo Verde. Iberostar movimentava sua engenharia financeira através das Antilhas Holandesas. Graças a sua perspicácia, as ETNs conseguem, assim, ocultar suas verdadeiras contas de lucros e resultados da supervisão das comunidades onde operam (BUADES, 2006, pp. 66-87). O dinheiro não declarado

¹⁰ Ver www.taxjustice.blogspot.com.

afeta muito especialmente os Estados do Sul. Segundo a Oxfam, a sonegação fiscal planetária de particulares que deveriam pagar impostos no Sul totalizaria 124 bilhões de dólares por ano. Somando-se a parte proporcional dos mais de 200 bilhões adicionais que as ETNs subtraem do controle fazendário do Sul, os países empobrecidos teriam a seu dispor pelo menos o dobro do dinheiro que recebem sob a forma de ajuda ao desenvolvimento (cerca de 103 bilhões de dólares por ano)¹¹.

Finalmente, é preciso destacar como *a relação das ETN com os povos passíveis de acolher seus projetos baseia-se, até hoje, na chantagem*. As grandes transnacionais espanholas não hesitaram em formar um lobby por meio da plataforma Inverotel para conseguir de governos como o costarriquenho, o jamaicano, o dominicano e o mexicano condições ainda mais vantajosas para projetos em escalas cada vez mais gigantescas (www.caribepreferente.com, 28 abr. 2008). Em lugares como a Jamaica, diante das primeiras pressões populares e governamentais para que cumprissem a lei, as empresas preferiram se retirar ou congelar os novos empreendimentos, como forma de pressão, a acatar as decisões emanadas das instituições da República (www.jamaica-gleaner.com, 14 maio 2008). O mais grave é a orientação estratégica da missão das ETNs turísticas: seu objetivo é fazer negócios em locais seguros, e, para tanto, nada melhor que criar situações de crise que possam ser aproveitadas para fazer *tabula rasa* das comunidades que devem servir a seus projetos (KLEIN, 2007, pp. 385-405). Vista assim, a turistização manifesta-se como uma mutação radical das sociedades afetadas, que entram na lógica do neoliberalismo, do consumismo e da “modernização”, sem conseguirem melhorar sensivelmente seu bem-estar e seu desenvolvimento humano (CAÑADA, 2009).

CHAVES PARA A IMPRESCINDÍVEL RESPONSABILIDADE TURÍSTICA

Em vista da situação mundial, estamos diante de uma encruzilhada como civilização: a crise do turbocapitalismo pode acirrar a desigualdade, a miséria e os conflitos, ou pode revelar-se uma oportunidade para começar a fazer as pazes com o planeta, oferecer possibilidades de desenvolvimento humano à maioria empobrecida e ampliar os níveis de democracia real.

Como sabemos, por seu peso na economia mundial e sua responsabilidade na mudança climática, na exploração dos bens sociais e na colonização das comunidades empobrecidas do planeta, o que vier a acontecer com o turismo internacional será decisivo nos próximos anos. Partindo da premissa de que o menos ruim dos sistemas conhecidos é o do “mercado com

11 Consultar www.oxfam.org/es/pressroom/pressrelease/2009-03-13/control-paraisos-fiscales-liberar-millones-dolares.

democracia (também econômica)”, chegou a hora de mudar o marco operacional do turismo global. Apesar das diferenças “interculturais” entre as ETNs, os governos e as sociedades afetadas, há *três fatores que convidam à cooperação*:

O *tempo para agir*, salvando a qualidade de vida geral e garantindo o negócio turístico, *está acabando*. Temos poucas décadas pela frente para enfrentar de forma inteligente a mudança climática, o estresse hídrico, a devastação dos últimos biomas essenciais. Se não fizermos nada, boa parte dos “destinos” simplesmente desaparecerá (SIMPSON et al., 2008).

A *consciência de boa parte da classe ociosa internacional e de muitos proprietários e executivos das ETNs está mudando* e não se aceita uma mera “maquiagem” do produto.

Determinados tipos de turismo, sensíveis aos equilíbrios ambientais e geradores de bem-estar real nas comunidades que decidam democraticamente promovê-lo, podem ser decisivos para sustentar sociedades ameaçadas pela miséria e condenadas à emigração maciça.

O *ponto crucial é ir além* da multiplicação de “projetos-piloto” e microações em *soluções de “fim de tubo”*. Há anos que as ETNs e os governos vêm implantando ações demonstrativas pontuais. Por sua própria natureza, os resultados têm sido praticamente irrelevantes. O desafio urgente é *incidir em três campos “generalistas”* para que a RSC possa se traduzir numa prática real: *o ambiente, o bem-estar social das comunidades afetadas e a transparência econômica e democrática em escala local e global.*

Em primeiro lugar, a indústria turística tem de encarar uma *reforma verde da oferta*. As prioridades estratégicas deveriam passar por:

- *A ecologização das instalações e dos serviços existentes.* As ETNs poderiam implantar projetos de solarização e eficiência energética em todas suas posições, a fim de reduzir sua fatura em gases-estufa e a pressão por mais centrais termelétricas ou nucleares. Paralelamente, deveriam instalar, de forma generalizada, planos de redução do uso e reutilização de água e resíduos. Deveriam considerar, por exemplo, abolir campos de golfe e parques aquáticos nas regiões bioclimaticamente mais frágeis, como o Mediterrâneo ou o Caribe.
- *O apoio ativo e não parasitário à proteção da biodiversidade,* especialmente em florestas tropicais e áreas protegidas. Em vez do modelo “vitrine” (que faz das áreas protegidas um mero anúncio publicitário de empreendimentos hoteleiros e imobiliários), as ETNs poderiam contribuir economicamente para sua gestão

conservacionista e se comprometer a não implantar novas instalações e estabelecimentos em seu interior. Esse compromisso viria necessariamente conjugado ao da participação das comunidades e organizações cidadãs locais no seu planejamento e gestão, a fim de garantir que a proteção ambiental incluía também as sociedades que cuidaram desses espaços ao longo do tempo.

- *Priorizar o transporte regional sobre o transcontinental.* Isto passaria por fixar um teto global para o transporte aéreo de longa distância no marco dos acordos de proteção do clima que substituirão o Protocolo de Kyoto. A indústria turística poderia se tornar parte signatária do novo Protocolo. Naturalmente, o objetivo seria priorizar a oferta de viagens intracontinentais ou regionais, aumentando o uso do transporte coletivo e de superfície (trem, ônibus) ou marítimo, que têm um impacto climático muito menor que o avião.
- *Reduzir o transporte de materiais e alimentos,* adaptando-se à oferta local. Uma parte muito importante dos serviços (a alimentação) e inclusive das instalações (materiais de construção, revestimentos) têm um custo ecológico extremo por serem importados, até de regiões remotas. Tudo o que permitir recorrer à oferta local ou regional melhoraria o equilíbrio ambiental global.

Os resultados dessa nova “missão” das ETNs turísticas deveriam permitir reduzir de maneira sensível sua pegada ecológica em termos biofísicos. Para uma comparação significativa, numa sociedade tão radicalmente turística como a balear, a pegada ecológica atual – equivalente a quase seis vezes a capacidade bioproductiva da região – deve ser minimizada, e a própria indústria tem uma larga margem de responsabilidade nisso (MURRAY, RULLAN; BLÀZQUEZ, 2005).

Paralelamente, chegou a hora de *vincular a rentabilidade empresarial à real melhoria das condições de vida das comunidades locais* afetadas pela indústria turística. Haveria quatro direções essenciais de dignificação da RSC das ETNs:

- *Fomentar a livre sindicalização e favorecer a participação* dos trabalhadores e das trabalhadoras na tomada de decisões estratégicas das empresas.
- *O emprego e, se for o caso, a formação profissional de quadros diretivos locais* para as filiais dos Estados do Sul, evitando o colonialismo na estrutura do pessoal (estrangeiros em postos de direção; locais somente nos níveis menos qualificados).

- Oferecer um *fundo social à parte trabalhadora* que garanta vantagens em matéria de moradia social, assistência médica, apoio à formação profissional e escolarização.
- A *inclusão do uso das línguas locais nos serviços oferecidos*, bem como o *respeito pelas tradições culturais próprias* do lugar.
- Exercer um *mecenato acordado com as associações e líderes locais* para favorecer a educação e a saúde, serviços sociais, bolsas de estudos universitários e a implantação de novas tecnologias de uso coletivo.

Dada a importância da cooperação ambiental e social, seus *progressos não serão duradouros sem a garantia de transparência econômica das ETNs*. Isso exigirá que, se quiserem continuar vivendo da demanda turística, as próprias transnacionais, *motu proprio, ou por exigência dos governos e das comunidades*, se abram à participação de processos de criatividade democrática inéditos. Para que o planeta seja ambientalmente viável, é preciso que empresas como Sol Meliá, Barceló ou Fiesta deixem de operar a seu bel-prazer, à margem de toda regulação democrática internacional e sem que nenhuma instância independente e com participação das associações de prestígio das comunidades onde realizam seus negócios possam fiscalizar se elas cumprem ou não com sua responsabilidade social.

É urgente que as ETNs emitam sinais claros do seu desejo de mudança em prol das comunidades e do ambiente. Nesse sentido, poderiam, por exemplo:

- *Tornar pública sua contabilidade domiciliada em paraísos fiscais* para as fazendas públicas dos Estados onde estão implantadas. Isso permitiria que as comunidades empobrecidas e exploradas turisticamente recuperassem os ganhos que deixam de receber por evasão fiscal, que serviriam para financiar programas de desenvolvimento humano absolutamente urgentes.
- Comprometer-se a *reinvestir parte dos lucros nas sociedades turisticizadas em programas conservacionistas e de bem-estar comunitário*, partindo sempre do pressuposto de que deve existir um marco normativo legal que garanta a participação da cidadania local na tomada de decisões e em seu acompanhamento.
- *Participar ativamente e de maneira regrada nos processos da Agenda 21* global, regional e local em andamento, junto com outros setores (institucionais, sociais e especializados).
- *Adotar como setor uma estratégia de RSC acordada* que permita ganhar volume e capacidade de incidência relevante nas áreas-chave citadas, além de incrementar a credibilidade de seu grau real de sensibilidade ética perante a cidadania mundial.

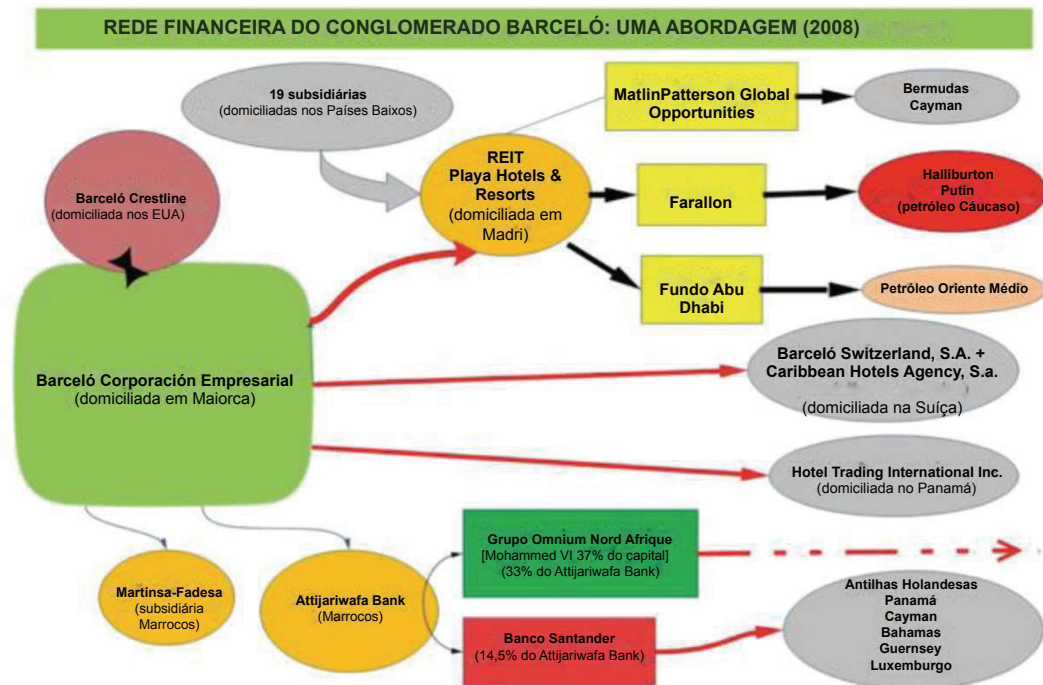
- *Experimental fórmulas de supervisão independentes do próprio setor* na hora de programar, avaliar e melhorar os compromissos da RSC. Obviamente, as ONGs de reconhecido prestígio internacional e local deveriam ser partícipes destacados desses processos.

Logicamente, nesse percurso, é bem provável que a missão, os valores e a marca das transnacionais mais arrojadas no respeito pelo bem comum se transformem a tal ponto que seu valor agregado brilhe com luz própria aos olhos da opinião pública mundial.

Em todo caso, as comunidades não devem deixar as decisões nas mãos das próprias transnacionais, já que o risco de serem pisoteadas, ignoradas e exploradas se confunde com a história real das ETNs turísticas. Por isso, *o ponto decisivo para que exista RSC é ganhar democracia econômica, capacidade de regulação pública sobre suas intervenções e manobras, bem como a vertebração de comunidades vivas e fortes em que a prioridade não seja simplesmente aprovar ou rejeitar projetos turístico-imobiliários, e sim poder exercer a faculdade de decidir que tipo de vida, que tipo de economia e de bem-estar coletivo queremos.*

Sem autênticas democracias locais, sem governança democrática mundial com capacidade de controle dos fluxos financeiros e da ética empresarial das transnacionais turísticas, a ideia de RSC continuará sendo parte do departamento de marketing de cada ETN, sem nenhum peso relevante no equilíbrio ambiental e social global. Até agora, amargamos a fase neoliberal da RSC, aquela que deixava cada empresa à vontade para decidir o que e como fazer as coisas acima de qualquer regulação pública e participação social. O resultado teria feito a alegria de Milton Friedman, que falava do “perigo” do conceito de “responsabilidade social corporativa”, porque constituiria uma doutrina “subversiva” numa sociedade livre. Para o ideólogo mais radical do neoliberalismo, a única responsabilidade social que se poderia exigir de uma transnacional seria aumentar seus próprios lucros (www.nytimes.com, 13 set. 1970). Para além de sua crescente retórica sobre a RSC e seu altruísmo, as ETNs turísticas espanholas têm se dedicado basicamente a acumular fortunas ao redor do mundo, sem nenhuma consideração com o ambiente, os direitos sociais e a democracia. Em plena hecatombe financeira e social provocada pela aplicação do receituário neoliberal, hoje sabemos que Friedman e seus acólitos não tinham em conta que a sobrevivência do negócio turístico é cada vez mais indissociável do cuidado do ambiente do qual se nutre, do respeito pelas pessoas e comunidades onde se estabelece e de exibir mãos limpas num planeta em que a exigência de uma verdadeira democracia mundial encontra um eco cada vez maior.

ANEXO 1



Fonte: Buades, J. (2009).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAÑOS RAMÍREZ, Othón; CASTAÑEDA-NAVARRETE, Jennifer. Las tres economías de una región ganadora: la península del Yucatán, 1970-2004. *Comercio Exterior*, 357 (4 y 5), pp. 314-322; 392-404, 2007.
- BOISSEVAIN, Jeremy. *Coping with tourist: European Reactions to Mass Tourism*. Oxford: Berghahn Books, 1996.
- BOTE GÓMEZ, Venancio. El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas. *Revista Valenciana d'Estudis Autònòmic* (25), pp. 29-43, 1998.
- BUADES, Joan. *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna, 2006.
- _____. Migraciones: El imán de la especulación turística e inmobiliaria. *Ecología política. Cuadernos de debate internacional* (33), pp. 65-66, 2007.
- _____. Dessalar la Mediterrània? De quimera, negocis i béns comuns. *Scripta Nova. Revista electrònica de geografia y ciencias sociales*, XII (270(30)), 2008.
- _____. *Do not disturb, Barceló: Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria, 2009.

CAÑADA, Ernest. *El Imperio Turístico Balear “donde nunca se pone el sol”*. Entrevista con Joan Buades y Macià Blàzquez. Manáguia: Albasud, 2009.

CHAVAGNEUX, Christian; PALAN, Ronen. *Les paradis fiscaux*. Paris: La Découverte, 2007.

CHRIST, Costas, HILLEL, Oliver; MATUS, Seleni; SWEETING, Jamie. *Tourism and Biodiversity: Mapping Tourism’s Global Footprint*. Washington: Conservation International e United Nations Environment Programme, 2003.

DÍAZ OURETA, Fernando; LOURÉS, María Luisa. Housing, tourism and the real state sector: The Spanish Mediterranean Coast. *Housing in an expanding Europe: theory, policy, participation and implementation*. Ljubljana: Urban Planning Institute of the Republic of Slovenia, 2006. Disponível em <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2775/1/W24_DiazLoures.pdf>.

EQUATIONS. Expansión del turismo internacional y liberalización de los servicios. In *Tricontinental, Turismo de hoy: Ganadores y Perdedores*. Alternativas meridionales, pp. 27-61. Madrid: Popular, 2007.

GOVERNO DE MAIORCA. *Camps de golf: “Lobos con piel de cordero”*. Palma: Gov. Maiorca, 2000.

_____. *Salvem Mallorca*. Palma: Governo de Maiorca, 2006.

HOTELS’ 325. *Corporate 300 Ranking 2007*. 7 set. 2008. Disponível em <<https://futurehospitalityleaders.files.wordpress.com/2012/10/2008-july-hotels-325.pdf>>.

JIMÉNEZ MARTÍNEZ, Alfonso de Jesús; SOSA FERREIRA, Ana Priscila. *Cocktail Cancún: Reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local*. Cancún: Universidad del Caribe, 2007.

KLEIN, Noemi. *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2001.

_____. *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Metropolitan Books, 2007.

MUNDT, Jörn. W. *Tourismuspolitik*. Munich: Oldenburg, 2004.

MURRAY, Ivan; RULLAN, Onofre; BLÀZQUEZ, Macià. Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explotación turística de Baleares. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, IX (199), 2005. Disponível em <<http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/909/886>>.

Organização Mundial do Turismo (OMT). *Código ético mundial para el turismo*. Madrid: Nações Unidas e Organização Mundial do Turismo, 2001.

_____. *De Davos a Bali: La contribución del turismo al reto del cambio climático*. Madrid: Organización Mundial do Turismo, 2007. Disponível em <<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ccbrochdavbalmembbgsp.pdf>>.

_____. Breve visión general de las tendencias clave. *Barómetro OMT del turismo mundial*, 7 (1), p. 3, 2009.

RAMÍREZ COVER, Alonso. *Turismo como nuevas forma de acumulación y conflictividad socio-ambiental relacionada a los recursos hídricos: Perspectivas para Guanacaste*. San José: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 2008.

REL-UITA. *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Buenos Aires: Rel-UITA, 2008.

SANTA ANA, Mariano de. *Paisajes del placer, paisajes de la crisis*. Teguique: Fundación César Manrique, 2004.

SIMPSON, Murray C. et al. *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO, 2008. Disponível em <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1047xPA-ClimateChange.pdf>>.

TOMKINS, Reggie. Welcome to the age of less. *Financial Times*, 11 nov. 2006.

TOURISM Watch; EVANGELISCHER Entwicklungsdienst. *Climate Change, CSR and Tourism: Decision Makers Need to Act*. Bonn: EED, 2009. Disponível em <[https://www.tourism-watch.de/files/ClimateChange%2C CSR and Tourism.pdf](https://www.tourism-watch.de/files/ClimateChange%2C%20CSR%20and%20Tourism.pdf)>.

UNCTAD. *FDI in Tourism: The Development Dimension*. New York/ Geneva: United Nations, 2007. Disponível em <www.unctad.org/en/docs/iteiia20075_en.pdf>.

WERNER, Klaus; WEISS, Hans. *El libro negro de las marcas: El lado oscuro de las empresas globales*. Barcelona: Debate, 2004.

WTTC. *Corporate Social Leadership in Tourism & Travel*. London: WTTC, 2002. Disponível em <http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2002-11-01_00149.pdf>.

_____. *Leading the challenge on climate change*. London: WTTC, 2009. Disponível em <<https://www.cisl.cam.ac.uk/publications/publication-pdfs/leading-the-challenge-on-climate-change.pdf>>.

REFORMA TRABALHISTA E TERCEIRIZAÇÃO NA ESPANHA: A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO DAS CAMAREIRAS

Ernest Cañada¹

[tradução: Rubia Goldoni]

RESUMO

O presente artigo sintetiza os principais resultados de uma pesquisa mais ampla sobre a precarização do trabalho das camareiras na Espanha, em consequência da generalização das práticas empresariais de terceirizar os principais departamentos dos hotéis, a partir da reforma trabalhista de 2012. Para esta parte da pesquisa, utilizaram-se entrevistas em profundidade semiestruturadas com 24 camareiras terceirizadas e com 20 informantes-chave (sindicalistas, empresários e diversos profissionais ligados a hotéis). O trabalho baseou-se numa metodologia participativa de acompanhamento de sindicatos e organizações de trabalhadoras na denúncia das consequências da terceirização. Desse modo, foram identificadas as principais consequências que a terceirização dos departamentos de governança está tendo nas condições de trabalho.

Palavras-chave: Camareiras. Condições de trabalho. Terceirização. Hotel. Precariedade. Reforma trabalhista.

INTRODUÇÃO

Desde a década de 1960, o turismo vem desempenhando um papel fundamental na configuração do capitalismo espanhol, especialmente nos territórios da costa mediterrânea e das ilhas Canárias. Essa especialização turística dentro da Europa como periferia de sol e praia, iniciada durante a ditadura franquista, se aprofundou depois da entrada da Espanha na Comunidade Econômica Europeia (hoje União Europeia), em 1985, e mais ainda com a crise financeira de 2008 (MURRAY, 2015). O desmantelamento ou a crise de outras atividades e a irrupção de fenômenos novos, como as “economias colaborativas”, em especial, a hospedagem em residências, que estendeu o “espaço turístico” a todos os lugares, redundou num superdimensionamento do turismo em certas regiões da Espanha.

¹ Coordenador do centro de pesquisas Alba Sud e professor da Universitat de Barcelona. O presente artigo foi concebido no marco do projeto “Los ODS y el turismo: estrategia de EPD”, realizado por Alba Sud com o apoio da Agência Catalana de Cooperació i Desenvolupament (ACCD).

A massificação turística em lugares emblemáticos como Barcelona ou Maiorca acarretou, entre outras coisas, o aumento do custo de vida, o deslocamento da população de menor poder aquisitivo para áreas periféricas por causa da turistização de seus bairros e impactos ambientais e territoriais cada vez mais graves. Desse modo, a impugnação do turismo passou a integrar a agenda pública, e movimentos sociais como o de moradores ou o ecologista se rearticulam incorporando essa problemática. Com isso, rompem-se os consensos que a indústria turística conseguira impor por décadas e se questiona cada vez mais a capacidade de retorno social do turismo em áreas fundamentais, como a fiscal ou de emprego. A emergência desse debate público evidenciou que, quando a especialização turística se baseia no trabalho precário, trata-se de um modelo de desenvolvimento econômico inviável.

CAMAREIRAS, UMA CATEGORIA-CHAVE

Na Espanha, a categoria profissional ligada ao turismo que mais claramente expressou o mal-estar pela precarização de suas condições de trabalho foi a das camareiras. Por isso, nos últimos três anos, sua luta tem frequentado constantemente a mídia espanhola. A literatura acadêmica em escala internacional analisou em detalhe algumas de suas características sociolaborais e as razões que explicam tamanha precariedade.

Diversas pesquisas puseram em evidência a quase invisibilidade social dessa categoria (HUNTER-POWELL; WATSON, 2006). Na maioria dos países, as mulheres constituem a base dos departamentos de governança, com uma presença muito destacada de trabalhadoras de origem imigrante procedentes de países de renda mais baixa (ALBARRACÍN, 2013; DYER, et al., 2010). A feminização desse tipo de trabalho esteve ligada também a uma forte discriminação por razões de gênero que se expressa, entre outras coisas, em menores salários e reconhecimento profissional (GUIMARÃES; SILVA, 2016; HUETE et al., 2014; POYATOS, 2017; SIGÜENZA, 2011), além de menor capacidade de incidência nas prioridades da agenda sindical. Neste contexto, a construção de sua identidade como categoria profissional incorpora tanto sua condição de gênero, como a de classe, raça e etnia, numa intersecção complexa (ADIB; GUERRIER, 2003). Por outro lado, a sazonalidade do turismo favoreceu tradicionalmente a adoção, pelas empresas hoteleiras, de mecanismos de contratação flexíveis que tiveram fortes consequências na qualidade do emprego gerado (ADLER; ADLER, 2003; CASTELLANOS; PEDREÑO, 2006). Num contexto de avanço generalizado dos processos de flexibilização trabalhista, muitas foram as empresas que recorreram a essas formas de contratação, com uma crescente imposição do emprego temporário e de meio período, a terceirização

de uma parte do quadro do pessoal, bem como um incremento da intensidade do trabalho, tendo por resultado uma piora das condições laborais e a expansão da precariedade (PUECH, 2004; SEIFERT; MESSING, 2006).

Por causa das diversas formas de contratação que coexistem num mesmo quadro de pessoal, mas também por razões de origem e nacionalidade sobre as quais se construíram relações de solidariedade compartimentadas, a categoria desse departamento normalmente se acha fortemente dividida e segmentada, o que serve de base para acentuar seus elevados níveis de exploração e reduzir sua capacidade de resistência (McDOWELL, et al., 2007; PUECH, 2007). Do mesmo modo, também se identificou que, em épocas de alta ocupação, é habitual que os horários estabelecidos sejam ultrapassados, tornando a conciliação entre o trabalho e a vida pessoal especialmente complicada (DYER, et al., 2011; McNAMARA, et. al., 2011). Nessas condições, o trabalho nos departamentos de governança dos hotéis deu lugar a taxas mais altas de acidentes e lesões graves que outros empregos no setor de serviços, o que evidencia uma clara deterioração da saúde das camareiras em consequência da forma como trabalham (BUCHANAN, et. al., 2010; DaROS, 2011; LILADRIE, 2010; McNAMARA, et. al., 2011).

Da nossa parte, em estudos anteriores foram identificados os seguintes processos de mudança que intensificaram a precarização de uma categoria cujas condições de trabalho já estavam muito deterioradas (CAÑADA, 2015):

- a. Crescente piora das condições contratuais, com diminuição do emprego estável e aumento do trabalho eventual e de meio período, expansão da terceirização e de novas formas de vínculo rotativo de uma parte das trabalhadoras através de estágios, seja de cursos profissionalizantes, universitários ou de programas de inclusão social. A isso se soma uma situação em que, à margem da contratação formal, as empresas cometem numerosos abusos e ilegalidades. Também se verificou uma acentuada queda na remuneração, com uma grande proporção das trabalhadoras recebendo o salário mínimo interprofissional, ou até menos, com pagamento por tarefa realizada, nos moldes do trabalho *freelance*. Essa perda salarial coloca muitas das trabalhadoras do setor numa situação de “pobreza laboral”, com ganhos que mal cobrem suas necessidades básicas.
- b. Deterioração da saúde das trabalhadoras, tanto física quanto mental, por causa de uma determinada forma de organizar o trabalho, que se evidencia na recorrência de dores, intervenções cirúrgicas, licenças médicas, automedicação, problemas generalizados de

ansiedade e estresse, a par da dificuldade de grande parte delas para se aposentar na idade que lhes cabe.

- c. Paulatina piora da qualidade do serviço oferecido, pela dificuldade de as trabalhadoras executarem suas tarefas a contento. Se essa situação perdurar, há grande risco de desprofissionalização do setor, devido ao progressivo afastamento das trabalhadoras mais velhas, que com isso não poderão ensinar o ofício, nem as jovens aprendê-lo.
- d. Medo generalizado, especialmente entre as trabalhadoras eventuais e contratadas através de empresas de multisserviços, de expressar sua opinião ou reivindicar formalmente seus interesses e se organizar coletivamente, por temor de represálias, com a perda progressiva de influência sindical que isso pode implicar e o consequente aprofundamento dos processos de precarização.

MÉTODOS

Um dos fatores identificados como fundamentais no processo de precarização do trabalho das camareiras na Espanha nos últimos anos, e que deu lugar a um processo de mobilização muito intenso, foi a generalização da terceirização nos principais setores dos departamentos de governança, facilitada pela mais recente reforma trabalhista. Entender como se deu esse processo e as consequências que teve para as trabalhadoras constitui o objeto do presente estudo.

A metodologia utilizada baseia-se, por um lado, na revisão da literatura e, por outro, em entrevistas em profundidade com diversos atores. Concretamente, foram entrevistadas 24 trabalhadoras de hotel de diferentes lugares da Espanha: Barcelona (5), Tarragona (5), Madri (4), Sevilha (4), Valência (2), Cáceres (1), Tenerife (1), Cádiz (1), A Corunha (1). Todas as pessoas eram contratadas por empresas de terceirização e exerciam funções de camareiras em hotéis. Em alguns casos, as trabalhadoras foram demitidas dos hotéis em que trabalhavam e recontratadas pelas empresas de terceirização que assumiram o departamento de governança, em outros, foram contratadas diretamente por esse tipo de empresas para trabalhar nos hotéis. Seis delas eram originárias de outros países (Colômbia, Equador, Cuba, Rússia e Marrocos). Algumas eram delegadas sindicais das Comisiones Obreras (CCOO) (4) e da Unión General de Trabajadores (UGT) (1), mas a maioria não era filiada a nenhum sindicato. No caso de Sevilha, as mulheres entrevistadas integravam a Asociación de Criadas Hoteleras de Sevilla (CAPISE).

As trabalhadoras escolhidas faziam parte de um estudo mais amplo, no qual foi entrevistada uma centena de trabalhadoras e trabalhadores.

Um dos primeiros resultados dessa pesquisa são os livros *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral* (CAÑADA, 2015) e *Externalización del trabajo en hoteles. Impacto en los departamentos de pisos* (Idem, 2016). Para o presente artigo, foi utilizada apenas a informação de trabalhadoras que passaram por processos de subcontratação em seus locais de trabalho. As entrevistas foram feitas de forma semiestruturada, o que permitiu identificar a trajetória profissional de cada trabalhadora e seu contexto sociofamiliar, e explorar a reconstrução de sua experiência laboral com especial atenção nos seguintes aspectos: tipo de tarefas realizadas; condições de trabalho; formas de recrutamento; efeitos na saúde; transformações ocorridas e percebidas; dinâmica de grupo; identificação de elementos de insatisfação; relação com empresa, sindicato e colegas de trabalho; efeito do trabalho na vida pessoal; características e experiências dos processos de terceirização.

Por outro lado, também foram entrevistados informantes-chave: líderes sindicais (16) das CCOO e da UGT, advogado (1), médico (1), inspetor do trabalho (1) e assistente social (1). Nesse caso, também foram utilizadas entrevistas semiestruturadas, porém com enfoque no conhecimento que cada uma dessas pessoas tinha de seu campo de experiência em relação à situação trabalhista nos hotéis e, mais especificamente, ao fenômeno da contratação terceirizada.

TERCEIRIZAÇÃO: UMA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A terceirização é um mecanismo de gestão empresarial baseado na contratação de outra empresa para assumir a gestão completa de um determinado processo, incluindo todo seu pessoal, recursos e equipes necessárias para realizar a tarefa. Seu principal atrativo para o empresariado é que permite reduzir custos trabalhistas, mas também atua como uma potente forma de disciplinar, segmentar e enfraquecer as classes trabalhadoras.

Há uma opinião generalizada no setor empresarial hoteleiro de que as razões que tornam compensadora a terceirização de determinados serviços têm a ver com a redução de custos. Numa pesquisa realizada pela Hostelmarket, em 2014, junto a 100 estabelecimentos hoteleiros de diversas características quanto a sua tipologia, categoria e capacidade de alojamento, foram identificadas as seguintes vantagens de terceirizar serviços: economia de custos (43%), flexibilidade das operações do hotel (30%), acesso a pessoal com experiência (24%), obtenção de um serviço de melhor qualidade e benefícios na organização interna (15%) (PASTOR, 2014).

Manel Casals, gerente do Gremio de Hoteles de Barcelona, entende que a opção pela terceirização é parte de uma estratégia empresarial para se adaptar a um contexto global marcado pela crise e pela irrupção de

novas formas de alojamento ligadas à economia colaborativa, que geram um cenário de maior incerteza e concorrência e, portanto, a necessidade de reduzir custos para enfrentar esse contexto com segurança. Esse enxugamento, segundo o mesmo diretor, tem se baseado sobretudo na redução das despesas ordinárias, e a terceirização seria um dos meios para alcançá-la.

No reajuste de custos, uma [das respostas] tem sido não sustentar uma estrutura muito grande de pessoal durante o ano inteiro, porque não temos a mesma ocupação ao longo do ano. Estou falando da Catalunha em geral, sem entrar em detalhes sobre Barcelona ou a [província da] Catalunha, porque não é exatamente a mesma coisa: uns fecham e outros têm baixa ocupação, mas, no fim das contas dá na mesma. Isso implica uma série de consequências, que você não pode renovar o negócio como deveria ou que, em relação ao pessoal, precisa se adaptar e pensar como enxugar os custos (...). E é aqui onde provavelmente entraram as empresas de terceirização, que têm assumido esse serviço em alguns departamentos. Agora há medo de contratar fixo porque estamos saindo de um período em que todos tivemos que nos ajustar, e isso ficou dentro de nós. Esse medo de contratar fixo, porque você não sabe o que vai acontecer, faz com que [os hoteleiros] se inclinem pela terceirização, e provavelmente pensando que não haverá nenhum efeito negativo (Manel Casals, diretor, Gremio de Hoteles de Barcelona, Barcelona).

A terceirização permite a redução de custos em várias frentes. Segundo o Grupo Uno, empresa espanhola que se dedica, desde 1986, à terceirização em diversos ramos, incluindo o hoteleiro, suas vantagens têm a ver tanto com a economia das despesas diretas da contratação de pessoal quanto com os gastos derivados de sua gestão, normalmente menos visíveis. No que tange aos custos diretos, em salário e previdência social, argumenta-se que “em geral, uma empresa de terceirização trabalha com um acordo coletivo próprio mais flexível e competitivo, o que implica um diferencial importante em relação aos custos diretos da empresa” (GRUPO UNO, 2011).

Essa redução global de custos seria de 15% a 30%, segundo estimativas de três diretores desse tipo de empresas (Oscar Molina, da Sodexo; Juan Manuel González, da PDQ Spain, e Javier Manchón, da Cluster) que participaram de um debate sobre terceirização, na edição de 2014 da Hostelco, em Barcelona (HOSTELTUR, 2014). Nessa linha, levando em conta os ganhos decorrentes dos processos de terceirização, María Vanessa León, diretora executiva da SeproSer Facility Services, entende que essas empresas devem ser vistas como sócios estratégicos das firmas que as contratam: “Nosso objetivo é permitir que os clientes se concentrem na rentabilidade do seu negócio, enquanto nós os ajudamos a otimizar seus serviços auxiliares, centralizando sua gestão num único interlocutor” (LUIS, 2016, p. 13).

Com isso, um hotel pode contratar os serviços de uma terceira empresa para que esta assuma a gestão e o controle de determinado processo, incluindo os funcionários que o executam, mediante um sistema de remuneração com valores fixos por tarefa realizada ou por horas trabalhadas, com variações em função da ocupação e da época do ano, e que às vezes também incluem sistemas de bonificação e penalização em função dos resultados (HOSTELTUR, 2014).

Observando o processo em perspectiva, passados quatro anos desde a aprovação da reforma trabalhista que deflagrou a explosão de empresas de multisserviços que assumiram os processos de terceirização em muitos hotéis, principalmente nos departamentos de governança, o balanço para as firmas do setor é positivo, como se depreende de algumas declarações na mídia, tanto de responsáveis por empresas de terceirização, como dos próprios hotéis. Por exemplo, Jesús Lizárraga, diretor-geral do Grupo Elosa, voltado à terceirização em diversos setores, entre os quais a limpeza em hotéis, ressalta como vantagem não apenas a redução de custos, mas também a possibilidade de adaptação às flutuações da ocupação e fatores imprevistos:

Além de transformar uma despesa fixa, como o gasto com a folha de pagamento dos funcionários registrados no departamento de *housekeeping*, numa despesa variável, porque passa a se pagar apenas por quarto ocupado e limpo, o fato é que [a terceirização] melhora a rentabilidade de um departamento que até agora só tinha em vista a qualidade. Por outro lado, permite concentrar os esforços no *core bussines* do hotel, que atualmente, com a forte concorrência no setor, se resume a enchê-lo de hóspedes. (...) O fator mais apreciado pelos usuários dos nossos serviços é a flexibilidade. Somos capazes de nos adaptar às necessidades de cada dia, que dependem de fatores como sazonalidade, clima, eventos, cancelamento de voos ou agendamento ou desistência de grupos na última hora, entre outros (HOSTELTUR, 2016, p. 14).

Na avaliação das associações profissionais e organizações sindicais, bem como dos próprios trabalhadores e trabalhadoras do setor, o porquê da terceirização nos hotéis não coincide com a explicação dos empresários. Nem mesmo na consideração de que o trabalho do departamento de governança seja uma atividade secundária na hotelaria. Embora ambos os grupos coincidam, sim, em reconhecer a redução de custos trabalhistas como uma de suas principais razões, ainda que não a única.

A secretária-geral da Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades (ASEGO), Ana María Dobaño, identifica os motivos da terceirização no desejo do empresariado de aproveitar a crise para reduzir os custos trabalhistas e os problemas da gestão de pessoal:

É por causa do custo, do custo puro e simples, e por não querer ter funcionários vinculados à empresa, por querer reduzir o quadro de pessoal, e com isso também os problemas com os sindicatos, porque, evidentemente, um hotel com menos funcionários registrados também tem menos representantes sindicais. Mas é, principalmente, para se livrar de tantas mulheres. Porque pedimos muitas licenças, muitas dispensas, reclamamos da carga de trabalho... somos sempre as mulheres que reclamamos, e aí eles viram uma oportunidade para se livrar do grupo que dá mais dor de cabeça, de quebra me livro delas barateando custos, reduzo o quadro de pessoal e as despesas fixas e passo a terceirizar os serviços pagando só por quarto arrumado (Ana María Dobaño, governanta, ASEGO, Madri).

Embora as empresas multisserviços já existissem há muito tempo, o tipo de terceirização que vem se realizando nos últimos anos no setor hoteleiro é uma novidade, tanto por sua intensidade como por afetar processos ou departamentos considerados centrais. Essa é a opinião, por exemplo, de José María Martínez, secretário-geral da Federação de Serviços das CCOO.

A terceirização de atividades que não são consideradas principais dentro um ramo empresarial vem acontecendo há muito tempo, desde os anos 70, começando pela indústria, mas depois se espalhou para todo tipo de atividade. Qual é a novidade agora? É a terceirização maciça de algumas atividades do setor de serviços, aproveitando as facilidades oferecidas pelas reformas trabalhistas recentemente implantadas na Europa. Na Espanha já tivemos três, que permitiram baratear os custos trabalhistas e incentivaram um negócio de prestação de serviços de intermediação entre a atividade principal e a subsidiária. Basicamente, o que se procura é transformar despesas fixas em variáveis. A empresa principal evita o passivo trabalhista futuro, as indenizações que teria que pagar ao demitir funcionários (José María Martínez, sindicalista, CCOO, Madri).

REFORMA TRABALHISTA DE 2012: VIA LIVRE PARA A TERCEIRIZAÇÃO

A terceirização, na Espanha, foi regulamentada com a aprovação do Estatuto dos Trabalhadores, em 10 de março de 1980. O texto condicionava sua adoção a uma série de responsabilidades que os empresários deviam assumir ao subcontratar obras ou serviços (artigo 42). Contudo, raramente recorriam a ela, porque não a consideravam suficientemente rentável, já dada a obrigação de pagar aos trabalhadores terceirizados o mesmo que aos contratados diretos (artigos 81, 82 e 83). Com isso, o piso estabelecido na convenção coletiva prevalecia sobre qualquer outro acordo. Assim, nenhum trabalhador podia ganhar, no cômputo anual de sua remuneração, menos que o acordado na convenção de sua categoria. Isso

fazia com que as convenções de empresa daquela época geralmente estabelecessem valores superiores ao piso da categoria.

Porém, a reforma trabalhista de 2012 promovida pelo governo do Partido Popular, por meio do “Real Decreto-lei 3/2012, de 10 de fevereiro, de medidas urgentes para a reforma do mercado laboral”, aprovado como projeto de lei em 8 de março do mesmo ano, com o apoio do Partido Popular, Convergència i Unió, Unión del Pueblo Navarro e Foro Asturias, alterou aquelas condições, permitindo ampliar a terceirização dos hotéis em grande parte da Espanha. Essa reforma trabalhista é a última das 53 modificações das regulamentações trabalhistas realizadas desde 1984 (ARAGÓN, 2012). Ao prever que, na regulamentação de jornada de trabalho, horário, salário e atribuição de funções, a convenção de empresa tem prioridade aplicativa sobre as demais convenções coletivas, a terceirização tornou-se uma fórmula atraente para o empresariado hoteleiro, já que pode prescindir de funcionários registrados, vinculados à convenção setorial dos trabalhadores de hotelaria, e contratar uma empresa multiserviços que mantém seus funcionários nas condições acordadas na convenção de empresa, em geral firmada com uma representação fraudulenta ou vinculada a outros ramos de atividade, como o de limpeza, com cargo e remuneração inferiores.

RESULTADOS: IMPACTOS DE UM MODELO PRECARIZADOR

O empresariado do setor hoteleiro aproveitou a oportunidade que essa mudança normativa lhe oferecia para terceirizar alguns de seus departamentos. Sua implantação não se limita aos departamentos de governança, e vem se impondo como um novo modelo de gestão empresarial. Com isso, o empresariado tem conseguido reduzir custos trabalhistas, tanto em salários como em gestão de pessoal. Além disso, aproveitou para se livrar de trabalhadoras com mais tempo de serviço e direitos adquiridos, e assim renovar seu quadro de pessoal. A terceirização tornou-se uma prática habitual nos novos hotéis, abertos depois da reforma trabalhista, e tem se espalhado com muita intensidade por toda a Espanha, com menor implantação (relativa) apenas em lugares onde as convenções coletivas incluíram expressamente cláusulas determinando que, em caso de terceirização, a empresa seja obrigada a pagar os mesmos salários estabelecidos pela convenção do setor, como Málaga e ilhas Baleares e Canárias.

A ampla aplicação do modelo de terceirização nos departamentos de governança dos hotéis afetou em muito uma categoria profissional que já experimentava acentuada deterioração de suas condições de trabalho e, em certa medida, contribuiu para precarizá-las ainda mais. Muitas trabalhadoras descrevem essa mudança como um processo traumático que degradou seu trabalho e, portanto, suas condições de vida.

Todas caímos naquela conversa mole de que a empresa era feita pelos seus funcionários, e depois nos dispensaram sem a menor consideração. Terminamos a temporada em janeiro de 2013, quando fecha o parque, e em fevereiro recebemos um telegrama comunicando que tínhamos sido terceirizadas. (...) A empresa dizia que eles iam respeitar nossos direitos, que era uma empresa séria, que tudo continuaria igual.

O que vocês sentiram nesse momento?

Quando chegou o bendito telegrama, nosso mundo caiu. Até aquele momento, éramos funcionárias de uma grande empresa, com um emprego fixo, sabíamos que todo ano, no início da temporada, seríamos chamadas. Mas aí de repente você é terceirizada e já não sabe como vão te tratar, se vão respeitar teus direitos, se vão te substituir por trabalhadoras eventuais, se vão aplicar algum artigo da reforma trabalhista. Éramos funcionárias registradas de um parque temático que dizem ser um dos melhores da Europa, uma empresa próspera, e da noite para o dia se livraram de nós (Esther Rodríguez, camareira, sindicalista, CCOO, Cambrils).

a) Redução salarial e perda de cargo

Ao trocar a convenção coletiva dos hoteleiros pela dos empregados do setor de limpeza, ou pela convenção da própria empresa, o empregador consegue reduzir os salários em 30% a 40%. Em muitos casos, as trabalhadoras deixaram de receber entre 1.100 a 1.200 euros por mês, conforme o estabelecido na convenção setorial da sua província, e passaram a receber uma remuneração muito inferior, que podia, inclusive, ficar próxima do salário mínimo interprofissional, de 655 euros por mês. Em outros casos, as empresas de terceirização pagam por quarto arrumado, com uma grande variação, conforme a região e o tipo de empresa (entre 2,5 e 1,13 euros, ou até menos). Com isso, o salário total recebido passa a variar conforme o volume de trabalho realizado. Outro problema são os truques fraudulentos que as empresas multisserviços costumam fazer para não pagar as horas extras ou outras remunerações a que as trabalhadoras têm direito. A não aplicação da convenção da categoria também implica a perda de alguns benefícios acordados, como o pagamento do adicional noturno ou por trabalho em feriado, de 40%. Ou ainda que a empresa garanta o café da manhã e o almoço do trabalhador, coisa que a maioria das empresas multisserviços já não faz.

Essa mudança implica também na perda do cargo estabelecido no contrato de trabalho, que passa de “camareira” a “faxineira”, “passadeira” ou “auxiliar de lavanderia”. No caso das governantas e de outros cargos intermediários, dá-se uma situação semelhante, tanto em termos salariais como de reconhecimento do cargo profissional.

b) Sobrecarga de trabalho

A partir da crise, generalizou-se o aumento da carga de trabalho na grande maioria de hotéis espanhóis. Como as empresas multisserviços competem entre si pelos contratos com os hotéis, depois de obtê-los procuram reduzir ao máximo o número de trabalhadoras e aumentar ao máximo a quantidade de quartos que cada uma tem que limpar. Por outro lado, a extinção de cargos como o de *valete* (homem que afasta os móveis dos quartos, recolhe a roupa suja, repõe a roupa limpa nos *office* e limpa os vidros) e a eliminação dos sistemas de ajuda, quando o trabalho se acumula, também resultaram em sobrecarga para as camareiras. Se nos departamentos de governança já era comum as trabalhadoras terem que correr para poder completar a cota atribuída de quartos, com a terceirização isso se acentuou e passou a ser frequente não fazerem as pausas de descanso a que têm direito e trabalhar no horário das refeições. Finalmente, a falta de experiência em hotelaria de muitas das empresas de terceirização, bem como de grande parte do pessoal contratado, resulta em sobrecarga para governantas e supervisoras em suas tarefas de coordenação e supervisão.

c) Maior incerteza quanto à duração do emprego, aos horários e à escala de trabalho

A contratação das trabalhadoras através das empresas de terceirização faz com que elas vivam sempre inseguras quanto à duração real do seu contrato. Muitas trabalhadoras são forçadas a aceitar alterações em seus horários ou dias de folga em função das necessidades da empresa, por medo de não terem seu contrato renovado ou não serem mais convocadas. Esse poder de a empresa alterar arbitrariamente horários e folgas se tornou numa forma de impor determinadas tarefas e cargas de trabalho e de ter as trabalhadoras sempre à disposição em função dos seus interesses. A gestão dos turnos também pode se transformar num instrumento de prêmio ou sanção. Assim, é comum que muitas trabalhadoras afirmem desconhecer qual é sua escala de trabalho no início da semana, o que complica em muito a conciliação entre vida pessoal e profissional.

d) Piora na qualidade do serviço e desprofissionalização

A concorrência para baixo entre as empresas de terceirização leva a pressionar de tal forma suas trabalhadoras que isso acaba afetando a qualidade do serviço realizado. O aumento da carga de trabalho e a exigência de executá-lo num tempo exíguo provoca cada vez mais pressão sobre as funcionárias, dificultando que realizem bem o seu trabalho, tanto nas tarefas de limpeza como nas de atenção personalizada ao cliente. Além

disso, com a intensificação da rotatividade do pessoal em diversos locais de trabalho, a instabilidade no emprego e a dificuldade para construir uma carreira nessas condições, as trabalhadoras acabam afrouxando o laço emocional com sua profissão e seu local de trabalho. A consequência dessa nova forma de organização laboral é uma piora da qualidade do serviço pela impossibilidade de as trabalhadoras cumprirem todas as tarefas atribuídas, a pesar do esforço redobrado e da pressão cotidiana que sofrem.

Por outro lado, muitas empresas de terceirização, bem como parte do pessoal por elas contratado, não têm preparo suficiente nem experiência anterior na área, o que também acarreta em queda na qualidade do serviço. Além disso, a alta rotatividade das funcionárias e as péssimas condições em que são obrigadas a trabalhar com frequência as leva a abandonar o emprego, o que também implica na perda de profissionais formadas no setor. Às vezes a rotatividade chega a prejudicar as próprias empresas de terceirização, que, com a instabilidade no quadro de pessoal, acabam não ganhando o esperado.

Outro dos mecanismos de redução de custos utilizados pelas empresas de terceirização é baixar a qualidade dos próprios utensílios e produtos de limpeza de que as trabalhadoras dispõem, além de afrouxar o controle e o rigor na troca das roupas de cama.

Essas mudanças na organização do trabalho tendem a acentuar o processo de desprofissionalização do setor. As trabalhadoras mais velhas têm cada vez mais dificuldade para realizar seu trabalho de forma adequada e há claros obstáculos para que as trabalhadoras mais jovens se formem adequadamente (por causa do ritmo de trabalho, do clima de tensão e competição entre trabalhadoras fixas ou temporárias e eventuais, ou até segundo a nacionalidade). O resultado é que o quadro de pessoal mais experiente tende a se reduzir, ao passo que o mais novo é formado em condições precárias, que impedem seu desenvolvimento profissional.

e) Segmentação, divisão e aumento da concorrência entre o pessoal do hotel

Por meio da terceirização, vem se produzindo uma profunda segmentação no quadro de pessoal dos hotéis conforme a empresa que o subcontrata. A presença de diferentes empresas dentro de um mesmo hotel enfraquece o elo e o apoio mútuo entre trabalhadores e trabalhadoras. No caso específico dos quadros intermediários, como o das governantas, isso as coloca numa situação muito complicada, entre as demandas da empresa terceirizada e as do hotel. Essa situação também parece estar afetando a própria capacidade de coordenação entre departamentos num mesmo hotel.

Quando a crise teve início e se deflagrou a explosão de empresas de terceirização, praticamente sem presença sindical nem estruturas de coesão social, em muitos centros de trabalho a solidariedade entre trabalhadoras tendeu a se organizar por nacionalidades, acirrando as divisões internas no quadro de pessoal. Nesse contexto, as espanholas se viram em minoria, o que também propiciou, por vezes, o surgimento de discursos estigmatizadores de outros coletivos.

f) Agravamento dos problemas de saúde

A intensificação do trabalho e o aumento da instabilidade multiplicam os riscos para a saúde das camareiras por repetição de movimentos, sobrecarga de trabalho e deterioração das condições de organização do trabalho e do emprego. A automedicação e o uso de estimulantes torna-se um recurso usual para suportar a jornada de trabalho. Esse modo de trabalhar, somado ao cansaço e à dor, bem como à sensação de nunca ter tempo para terminar na hora prevista e, em alguns casos, a episódios de maus-tratos por parte das governantas e supervisoras, faz com que o estresse, a ansiedade e a insônia se tornem uma constante na vida das camareiras. Assim, em muitos locais de trabalho, não raro se veem trabalhadoras tendo crises de choro por causa da angústia e da impotência. Com o passar dos anos, esse tipo de situação pode provocar depressão e outros problemas de saúde mental. Trata-se de um quadro que já era frequente entre as trabalhadoras desse departamento, mas que, com a piora nas condições de trabalho provocada pela terceirização, vem aumentando o comprometimento de saúde. Essa situação confirma a literatura que tem apontado a organização do trabalho como um dos principais determinantes sociais da saúde (BEACH; MUNTANER, 2007; BENACH et al., 2016).

g) Redução da capacidade de representação e defesa de interesses coletivos

As empresas de terceirização dificultam ao máximo a organização sindical, com altos níveis de repressão para impedir a presença de sindicatos. Além disso, com a terceirização se reduz diretamente a capacidade de escolher representantes. Os sindicatos, por seu turno, veem na terceirização um ataque frontal contra sua existência, no intuito de enfraquecer a representação de classe. Isso reforça um ambiente global que já era particularmente hostil às organizações sindicais.

O maior desamparo das trabalhadoras do setor repercute também num aumento da pressão, que chega a assédio moral e maus-tratos, para que cumpram as cargas de trabalho atribuídas, o que vitima igualmente trabalhadoras eventuais e com contrato de tempo parcial.

CONCLUSÕES

A crise, e a forma como ela foi administrada pelas autoridades públicas espanholas e europeias, resultou numa deterioração das condições laborais de trabalhadores e das trabalhadoras, que se manifesta de forma significativa no turismo, uma das principais atividades em que as economias do Sul da Europa se especializaram. Essa deterioração atinge especialmente os setores mais vulneráveis na base da estrutura laboral, sobretudo as mulheres e, entre elas, as de origem imigrante. Por meio de instrumentos de gestão como a terceirização e as subcontratações, produz-se um intenso processo de precarização, que é escamoteado sob os grandes números com que se festeja o crescimento do setor turístico espanhol.

O crescente mal-estar diante dessa situação está dando lugar a um intenso conflito trabalhista, social e político, que já envolve a opinião pública, indignada com o contraste dessa deterioração ante o crescimento turístico verificado nos últimos anos. Nessa conjuntura, as organizações sindicais e associações profissionais do setor, bem como as associações autônomas de trabalhadoras, lançaram diversas iniciativas para reverter o processo de terceirização, recuperar direitos e melhorar as condições de trabalho. A terceirização se tornou, portanto, um campo de batalha de grande conflituosidade, e que certamente há de aumentar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADIB, Amel; GUERRIER, Yvonne. The Interlocking of Gender with Nationality, Race, Ethnicity and Class: the Narratives of Women in Hotel Work. *Gender, Work and Organization*, 10(3), pp. 413-432, 2003.

ADLER, Patricia; ADLER, Peter. Seasonality and Flexible Labor in Resorts: Organizations, Employees, and Local Labor Markets. *Sociological Spectrum*, 23(1), pp. 59-89, 2003.

ALBARRACÍN, Daniel. Las trabajadoras de los establecimientos hoteleros. Trayectorias en el túnel silencioso de la subordinación. *Sociología del Trabajo*, 77, pp. 27-45, 2013.

ARAGÓN, Jorge. *Las reformas laborales en España y su repercusión en materia de empleo: 52 reformas desde la aprobación del estatuto de los trabajadores en 1980*. Madrid: Fundación 1º de mayo, 2012.

BENACH, Joan et al. (2016). What should we know about precarious employment and health in 2025? Framing the agenda for the next decade of research. *International Journal of Epidemiology*, 0(0), pp. 1-7, 2012.

BUCHANAN, Susan et al. Occupational injury disparities in the US ho-

tel industry. *American Journal of Industrial Medicine*, 53(2), pp. 116-125, 2010.

CAÑADA, Ernest. *Las que limpian los hoteles: Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria, 2015.

_____. *Externalización del trabajo en hoteles: Impacto en los departamentos de pisos*. Barcelona: Alba Sud, 2016.

CASTELLANOS, Mari Luz; PEDREÑO, Andrés. *Los nuevos braceros del ocio: Sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresa en el sector turístico*. Madrid: Mino y Dávila, 2006.

DaROS, Jennifer. *Preventing Workplace Injuries Commonly Sustained by Hotel Guestroom Attendants*. Las Vegas: University of Nevada, UNLV Theses/ Dissertations/Professional Papers/Capstones. Paper 1097, 2011.

DYER, Sarah; McDOWELL, Linda; BATNITZKY, Adina. The Impact of Migration on the Gendering of Service Work: The Case of a West London Hotel. *Gender, Work & Organization*, 17(16), pp. 635-657, 2010.

_____. Migrant work, precarious work – life balance: what the experiences of migrant workers in the service sector in Greater London tell us about the adult worker model. *Gender, Place & Culture: A Journal of Feminist Geography*, 18(5), pp. 685-700, 2011.

GUIMARÃES, Carla R. F.; SILVA, Joaquim R. Pay gap by gender in the tourism industry of Brazil. *Tourism Management*, 52, pp. 440-450, 2016.

GRUPO UNO. Externalizar: mucho más que reducción de costes de personal. *Grupo Uno*, 15 set. 2011.

HOSTELTUR. Hostelco 2014: La externalización en hoteles se doblará en cinco años. *Hosteltur*, 23 out. 2014.

_____. Jesús Lizarraga, Director General de Operaciones de Grupo Elo-sa: Limpiar una habitación de hotel influye en su cuenta de resultados. *Hosteltur*, 20, p. 14, 2016.

HUETE, Raquel; BROTONS, Matilde; SIGÜENZA, M^a del Carmen. La desigualdad por género en el sector hotelero español. XVIII Congreso AECIT. Turismo: liderazgo, innovación y emprendimiento. Benidorm, 26-28 nov. 2014.

HUNTER-POWELL, Patricia; WATSON, Diane. Service unseen: The hotel room attendant at work. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), pp. 297-312, 2006.

LILADRIE, Sirena. “Do not disturb/please clean room”: hotel housekeepers in Greater Toronto. *Race & Class*, 52(1), pp. 57-69, 2010).

LUIS, Jesús. Las empresas de plantillas externalizadas se consideran “socios estratégicos” de sus clientes. *Hosteltur*, 20, pp. 12-13, 2016.

- McCDOWELL, Linda; BATNITZKY, Adina; DYER, Sarah. Division, Segmentation, and Interpellation: The Embodied Labors of Migrant Workers in a Greater London Hotel. *Economic Geography*, 83(1), pp. 1-25, 2007.
- McCNAMARA, Maria; BOHLE, Philip.; QUINLAN, Michael. Precarious employment, working hours, work-life conflict and health in hotel work. *Applied Ergonomics*, 42(2), pp. 225-232, 2011.
- MURRAY, Ivan. *Capitalismo y turismo en España. Del “milagro económico” a la “gran crisis”*. Barcelona: Alba Sud, 2015.
- PASTOR, Mónica. Outsourcing Hotelero: Máxima optimización. *Alimarket: Hoteles y Restauración: Hostelmarket*, 175, pp. 4-11, 2014.
- POYATOS MATAS, Glòria. Externalización en el sector de hostelería e impacto de género: “las Kellys” versus empresas multiservicios. Comentario a la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Canarias/Las Palmas, de 18 de octubre de 2016, rec. núm. 757/2016. *RTSS CEF*, 409, pp. 1-9, 2017.
- PUECH, Isabelle. Le temps du remue-ménage. Conditions d’emploi et de travail de femmes de chambre. *Sociologie du Travail*, 46(2), pp. 150-167, 2004.
- _____. Cleaning time, protest time: employment and working conditions for hotel maids. *Sociologie du Travail*, 49(1), pp. 50-65, 2007.
- SEIFERT, Ana María; MESSING, Karen. Cleaning up after globalization: An ergonomic analysis of work activity of hotel cleaners. *Antipode*, 38(3), pp. 557-578, 2006.
- SIGÜENZA, María Carmen. La mujer en el subsector del alojamiento. El caso de la Costa Blanca (Alicante, España). *Investigaciones Turísticas*, 2, pp. 102-119, 2011).

PATRIMÔNIO AFRO-BRASILEIRO E TURISMO: COMUNICANDO O MODO DE SER QUILOMBOLA

David W. A. Ribeiro¹

Cláudia Fernanda dos Santos²

RESUMO

Nesse artigo apresentamos uma reflexão sobre as políticas patrimoniais brasileiras e a população afro-brasileira, especialmente representada pelas comunidades quilombolas, assim como também discutimos sobre como e de que forma a atividade turística é construída no interior dessas comunidades. Interdependentes, patrimônio e turismo se articulam nesses casos na tarefa de comunicar o modo de ser quilombola e de arregimentar aliados na luta pelo direito à terra.

Palavras-chave: Quilombo, Patrimônio, Turismo

POLÍTICAS CULTURAIS E POVOS TRADICIONAIS

A prática europeia de colecionar e catalogar bens culturais de outros povos se consolidou ao longo do século XIX, ao mesmo tempo em que as ciências se institucionalizavam. Os primeiros museus de cunho etnográfico, constituídos como tal também nos Estados Unidos, partiram da reunião de artefatos recolhidos em expedições em outros continentes, especialmente na África e na Ásia. Segundo Marcia Almeida, essas práticas se revelaram “como pilares fundamentais no conjunto de discursos e ações direcionados para sustentação e legitimação do domínio imperialista sobre as regiões não europeias” (ALMEIDA, no prelo).

Sobretudo na chamada *Belle Époque*, entre as décadas finais do século XIX e os anos que antecederam a Primeira Guerra (1914-1918), ganharam destaque as grandes exposições, chamadas “universais”, cujo principal objetivo era apresentar as conquistas da sociedade industrial e do progresso material. Ao construírem uma narrativa evolutiva do desenvolvimento humano, essas espetaculares mostras hierarquizavam os diferentes modelos de sociedade, divididas entre as primitivas e as desenvolvidas. Desse modo, a linguagem das grandes exposições e dos museus coloniais contribuía para definir quem eram os povos e expressões do passado que

1 Mestre e doutorando em História Social pela Universidade de São Paulo. dwribeiro@gmail.com

2 Mestre em Planejamento e Gestão do Território pela Universidade Federal do ABC. claudiaeducadorasa@gmail.com

em breve seriam superados pelo progresso (BARBUY, 1999, p. 40; THOMAZ, 2002, p. 205).

Essas concepções, que informaram as práticas que foram construídas para o trato com o patrimônio, eram permeadas pelo debate sobre as identidades nacionais que, por sua vez, eram intimamente ligadas ao imperialismo. De acordo com Benedict Anderson (2008, p. 228), esse Estado colonial imaginava o seu domínio por meio de três recursos, em especial: os censos, em relação à natureza dos seres; os mapas, sobre a geografia do território; e os museus, a respeito da legitimidade do passado. A partir de tais recursos, as categorias de identidade paulatinamente construídas definiram e cristalizaram as noções de raça que desenharam uma humanidade totalmente segmentada e hierarquizada.

Especificamente no caso dos museus, o ato de desenterrar, capinar, medir, fotografar, reconstruir, remover, analisar e pôr em exposição se forjaram enquanto atos profundamente políticos, marcados pelas estratégias e práticas de dominação em voga desde o século XIX e que deixaram o seu legado entre nós. Ainda de acordo com a abordagem de Anderson (2008, pp. 246-250), tendo também em vista as permanências, é importante observar que “a arqueologia monumental, cada vez mais ligada ao turismo, permitia que o Estado [colonial] aparecesse como guardião de uma tradição generalizada, mas também local”. Nesse sentido, caberia pensar se as políticas patrimoniais constituídas pela Unesco e seguidas pelos países-membros não estariam representando a continuidade desse papel, o de guardar uma tradição supostamente universal.

Além dessas questões, cabe ressaltar que a patrimonialização, em muitos casos, veio acompanhada de uma definição autoritária dos bens merecedores de salvaguarda por parte do Estado. Como no caso do Brasil, é comum que os bens culturais tenham sido escolhidos de acordo com critérios definidos por agentes investidos de poder para identificar expressões da “identidade nacional” (CHUVA, 2009). No bojo da política cultural do Estado Novo brasileiro (1937-1945), da qual fez parte a sistematização de uma política patrimonial centralizada na figura do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (atual Iphan), primou-se pela definição, dos elementos que representariam a nação brasileira, cuja unidade prevaleceria sobre a diversidade (BOMENY, 2001).

A superação desse modelo, que deu grande destaque às heranças portuguesas e à monumentalidade, veio em 2000 com a definição de uma política para o patrimônio imaterial. Apesar dessa inovação, Paulo Marins (2016) aponta para as permanências nas ações do Iphan que deram preferência, ainda, às mesmas matrizes lusas. Mesmo nos tombamentos e registros que se referem a bens “mestiços”, por exemplo, é quase inexistente

um olhar que supere a hegemonia portuguesa nessa relação, ou, quando este existe, restringe estas expressões a regiões e grupos bastante específicos. Entretanto, o autor sugere uma tendência de transformação das políticas de patrimônio, a partir do ato de repensar as práticas federais e da preocupação em trazer à discussão os diversos agentes envolvidos, como preconiza a Constituição de 1988.

Ao colocarmos em questão as políticas culturais brasileiras, podemos perceber as tensões que existem entre a lógica do Estado ocidental, que fornece as bases para as práticas de patrimonialização – as fronteiras, a história oficial, os referenciais estéticos, as interfaces entre *natureza* e *cultura* –, e as lógicas dos sistemas de conhecimento indígenas e quilombolas, sujeitos de direitos que emergiram com a Constituição de 1988. Considerando as semelhanças entre esses dois grupos sociais, as políticas culturais empreendidas junto a eles e, especialmente, o registro de seus referenciais culturais como patrimônio imaterial a partir da metodologia formulada pelo Iphan, cabe trazer a essa discussão as reflexões presentes na coletânea *Políticas Culturais e Povos Indígenas*, organizada por Manuela Carneiro da Cunha e Pedro de Niemeyer Cesarino (2014).

No que diz respeito à patrimonialização de elementos culturais indígenas, que está entre as principais políticas culturais voltadas para a população ameríndia, a antropóloga dá ênfase à memória, tanto pelos conteúdos que ela evoca e mobiliza quanto por suas funções identitárias. Manuela Carneiro da Cunha (2014, pp. 9-12) lembra que a memória acaba por ser uma preocupação também das políticas formuladas por índios, o que demonstra a necessidade de compreendermos essas sociedades como dinâmicas, rompendo, assim, com o recorrente olhar que as vê como estáticas. Nesse sentido, é fundamental que, quando essas políticas são formuladas externamente, elas levem em conta os modos de conhecer locais, isto é, o fato de que se trata de um conhecimento inscrito nos corpos, inseparável de seus detentores. Em relação à salvaguarda do patrimônio imaterial, Carneiro da Cunha (2014, pp. 15-16; 18-19) salienta que o objetivo “não é apenas preservar os conhecimentos tradicionais, e sim se engajar em conservar vivos e dinâmicos esses sistemas ‘outros’ de conhecimento”.

Isto posto, a metodologia do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC), cujo objetivo é o de orientar o registro de *Lugares*, *Celebrações*, *Formas de Expressão* e *Saberes* – os livros de registro do patrimônio imaterial brasileiro –, revelou, quando posta em prática, diferentes concepções de patrimônio. Essas concepções trazem consigo a recorrente demanda pela garantia das condições de reprodutibilidade dos referenciais culturais, entre as quais estão o reconhecimento fundiário e o acesso a recursos diversos. Em suma, revela-se um entendimento integral de patrimônio que não segmenta natureza, cultura, sujeitos e relações, tal como

comumente ocorre nas políticas de Estado. Assim sendo, o que levaria comunidades tradicionais, sejam elas indígenas, quilombolas, caiçaras ou ribeirinhas, a reivindicarem o reconhecimento de suas referências culturais por parte do Estado e da sociedade brasileira? É possível inferir que esse caminho seja mais frutífero para obter a garantia dos direitos territoriais, uma vez que a luta pela terra enfrenta uma série de obstáculos.

De acordo com Benedito da Silva³, liderança da comunidade quilombola de Ivaporunduva, o período imediatamente posterior à promulgação da Constituição de 1988 foi de organização e de assunção da identidade quilombola. Em vista da escassez de documentos comprobatórios “em papel”, o processo do reconhecimento para posterior titulação das terras baseou-se no “mostrar o que [se] é”, contando eles próprios a sua história. Isto indica que o caminho para o reconhecimento dos direitos recém-conferidos pelo Estado se deu por meio da inter-relação entre os saberes antropológico e quilombola, bem como pela mobilização de elementos culturais que, posteriormente, seriam entendidos como patrimônio imaterial: saberes, práticas, modos de fazer, celebrações.

Segundo Eliane Cantarino O’Dwyer (2002, p. 13), o próprio conceito de quilombo, que se referia sobretudo à experiência histórica de determinadas estratégias de contestação à ordem escravista, teve de ser atualizado quando confrontado com a realidade presente dos “remanescentes de quilombos” do dispositivo constitucional. A antropóloga apresenta, portanto, a conclusão à qual a Associação Brasileira de Antropologia (ABA) chegou ao buscar definir as bases para a atuação profissional, política e legal de antropólogos em relação aos quilombos:

Contemporaneamente, portanto, o termo quilombo não se refere a resíduos ou resquícios arqueológicos de ocupação temporal ou de comprovação biológica. Também não se trata de grupos isolados ou de uma população estritamente homogênea. Da mesma forma, nem sempre foram constituídos a partir de movimentos insurrecionais ou rebelados mas, sobretudo, consistem em grupos que desenvolveram *práticas cotidianas de resistência* na manutenção e reprodução de seus modos de vida característicos e na consolidação de um território próprio. (...) No que diz respeito à territorialidade desses grupos, a ocupação da terra não é feita em termos de lotes individuais, predominando seu uso comum. A utilização dessas áreas obedece à sazonalização das atividades, sejam agrícolas, extrativistas ou outras, caracterizando diferentes formas de uso e ocupação dos elementos essenciais ao ecossistema, que tomam por base laços de parentesco e vizinhança, assentados em relações de solidariedade e reciprocidade (O’DWYER, 2002, p. 18, grifos nossos).

³ Informações orais proferidas em palestra no evento *Turismo e Resistência: justiça e autonomia de comunidades*, organizado pelo Centro de Pesquisa e Formação do SESC/SP em 16 dez. 2016.

Para o organismo representativo da prática profissional de antropólogos, estes seriam os aspectos observados de uma comunidade remanescente de quilombo, em que alguns pressupostos da historiografia tradicional, sobretudo o que define como quilombos apenas aqueles nascidos da fuga, caem por terra. Para O'Dwyer (2002, p. 20), os trabalhos reunidos na coletânea sobre os quilombos por ela organizada representam uma articulação entre o mundo intelectual, os movimentos sociais e os grupos étnicos que reivindicam “o direito à diferença cultural e à reprodução de suas práticas econômicas e sociais, bem como o respeito pelos seus saberes tradicionais”, direitos esses interdependentes. Apontando para o desentendimento entre as instâncias do poder político e as comunidades quilombolas, a autora conclui que a garantia dos direitos territoriais é “considerada estratégica para assegurar a existência social e cultural desses grupos”.

No campo da História Social, transformado pela conjuntura de fortalecimento dos movimentos negros na década de 1980 e a consequente revisão da memória pública da escravidão e do pós-abolição, em uma conjuntura marcada pela redemocratização e pela Constituinte, pôs-se em destaque uma nova perspectiva que punha o sujeito escravizado como agente social “relevante para a compreensão histórica da sociedade brasileira”. Conforme discute a historiadora Hebe Mattos (2006, pp. 105-106), foi nesse contexto de revisão que a ideia das *terras de preto*, que nem sempre remetia à ideia histórica clássica de quilombo, apareceu em relação às comunidades negras rurais. Frente a esse quadro, juristas, historiadores e antropólogos participaram da discussão que, tendo em vista o incremento do movimento quilombola, ressemantizava a palavra “quilombo” para “efeitos da aplicação da provisão constitucional, valorizando o contexto de resistência cultural que permitiu a viabilização histórica de tais comunidades”.

Abarcando a discussão científica e os seus desdobramentos políticos, o artigo constitucional foi regulamentado por meio do Decreto n. 4.887/2003, cuja principal definição diz respeito à autodefinição como condição primeira para a caracterização de uma comunidade quilombola, entendida como “grupos étnico-raciais, segundo critérios de autoatribuição, com trajetória histórica própria, dotados de relações territoriais específicas, com presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida”. Como salienta Mattos (2006, p. 106), “a aprovação do artigo sobre os direitos territoriais das ‘comunidades dos quilombos’ culminou, assim, todo um processo de revisão histórica e mobilização política”, conjugando a afirmação de uma identidade negra à difusão da memória da resistência à escravidão⁴.

4 O referido Decreto foi alvo de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI 3239).

PATRIMÔNIO AFRO-BRASILEIRO E TURISMO NO VALE DO RIBEIRA

O Instituto Socioambiental (ISA) agiu para concretizar o desejo das comunidades quilombolas do corredor socioambiental do Vale do Ribeira a fim de dar visibilidade ao seu patrimônio imaterial por meio da elaboração de um inventário. Conforme salienta o ISA, a justificativa das comunidades da região era a de que a sociedade e o Estado brasileiros não apenas tomassem conhecimento de sua existência, como também reconhecessem o seu valor. Além de estes serem os pontos de partida para o reconhecimento de direitos territoriais, mobilizariam aliados contra as ameaças reais à existência das comunidades quilombolas, como a construção de barragens no rio Ribeira de Iguape. O levantamento identificou 180 bens, classificados nas cinco categorias definidas pela política de registro do Patrimônio Imaterial (Decreto nº 3.551/2000). A finalidade do inventário é a de que ele seja um material a auxiliar gestores públicos na formulação e implementação de políticas de salvaguarda dos bens culturais quilombolas (ANDRADE; TATTO, 2013, p. 7).

Um aspecto bastante relevante do inventário, para o qual chamam a atenção os editores, é o de que grande parte dos bens inventariados são *Lugares*, o que reforça o sentido de território vivido como fundante na identidade quilombola. Ao demonstrar a situação desses bens de acordo com a classificação do Iphan (íntegro, ruína ou memória), levanta-se a questão de como o acesso a esses lugares e as condições de reprodução de práticas e modos de fazer foram e são determinantes para o estado em que se encontram. Diante disso, “a equipe de trabalho juntamente com os agentes culturais e a partir das reuniões de validações e seminário final, concluiu que os encaminhamentos relacionados à urgência da salvaguarda do patrimônio imaterial quilombola passa pela *proteção do sistema agrícola*”, sistema que dá coesão ao modo de vida quilombola e, por conseguinte, a todas as expressões, práticas e bens registrados no inventário (ANDRADE; TATTO, 2013, pp. 30-32, grifos nossos).

O declínio da atividade agrícola, atestado pela redução da diversidade de produtos cultivados, de pessoas envolvidas na atividade, do tamanho das roças, é visto como um risco para os conhecimentos tradicionais quilombolas. Entre os fatores que seriam os responsáveis por esse declínio são apontados a legislação ambiental que desconsidera as relações dos quilombolas com o ambiente; as alternativas mais atrativas aos mais jovens fora das comunidades; a falta de assistência técnica rural e as dificuldades de comercializar os excedentes de sua produção (ANDRADE; TATTO, 2013, pp. 30-32; 36).

Entre as estratégias utilizadas para comunicar o modo de vida quilombola – o bem cultural por excelência em torno do qual orbitam os outros

bens culturais –, o turismo é uma das atividades mais utilizadas. O planejamento e a implementação da atividade turística nas comunidades de Ivaporunduva e Mandira, por exemplo, data ainda da década de 1990, contando com o apoio de diversas instituições, governamentais ou não. Nesse processo, foi determinante a formação de monitores ambientais e, além disso, a estratégia inicial de aliar inclusão social e conservação ambiental por meio da gestão participativa das Unidades de Conservação e formação de redes de relações, produtos e serviços cooperativos.

Em relação à Mandira, é importante destacar que se trata de uma comunidade quilombola beneficiária de uma Reserva Extrativista, formada por um manguezal e por parte do complexo estuarino-lagunar, no município de Cananeia. Tanto o quilombo foi reconhecido quanto a reserva foi criada em 2002. Autodenominados quilombolas e caiçaras, os mandiranos desenvolvem turismo de base comunitária desde 2004. De acordo com Marília Guerra (2016), a forma como o espaço é organizado para a visitação permite qualificar o quilombo e a reserva como ecomuseu ou museu de território, tipologias museais em que diversos elementos são articulados, prescindindo de um edifício-museu. Sua pesquisa também se incumbiu de identificar motivações e consequências do processo de elaboração do *Inventário Cultural de Quilombos do Vale do Ribeira*, o que nos permite analisar os impactos da aplicação deste instrumento junto a uma comunidade quilombola.

A partir da fala de Thaís Josiane Pereira, agente cultural quilombola escolhida pelos mandiranos para a elaboração do inventário com a assessoria do ISA, nota-se que a construção do documento possibilitou a recuperação de elementos da história local capazes de incentivar a permanência dos mais jovens e, por conseguinte, a reprodução da própria comunidade. Maria Rute Mandira e outros moradores da comunidade, do mesmo modo, cancelaram o produto final do processo ao se referirem “ao inventário como um livro que guarda as histórias e as memórias do Mandira”. No processo da pesquisa, a autora menciona que, à medida que folheava o livro com os moradores, em especial com os mais velhos, “fatos ou histórias sobre as referências ali inventariadas iam aparecendo, demonstrando vínculos afetivos e históricos”. Além disso, nenhum dos moradores com os quais falou “afirmou haver algum bem ou prática importante que não estivesse ali registrada” (GUERRA, 2016, pp. 99, 105).

De acordo com Marília Guerra (2016), a opção da comunidade por desenvolver o turismo veio do desconforto causado pela exploração de atrativos locais por visitantes que não davam qualquer retorno financeiro ou relacional. O fato de Mandira se localizar em uma estrada, que interliga bairros rurais de Cananeia, dificultava o controle do acesso aos domínios quilombolas. Além disso, a ausência de benefícios trazidos pela circulação

de pessoas andava lado a lado com a sensação de invisibilidade e a baixa autoestima relacionada à perda de áreas de roça em um passado recente e o trabalho sacrificante no manguezal. Thaís Josiane Pereira, perguntada por Marília Guerra (2016, p. 152) sobre o que os mandiranos desejavam que os visitantes aprendessem e sentissem com a visita em seu território, respondeu que sua expectativa é de que cada visitante “leve um pouco” da história de Mandira; que dê valor ao “trabalho de valorização do meio ambiente”; que reconheça o fato de serem uma comunidade sustentável em uma reserva extrativista e que, por conta disso, “leve essa importância” e “conheça o quilombola” para além dos preconceitos que muitos têm.

Nesse sentido, o turismo é entendido como meio para comunicar os valores socioambientais da comunidade e como meio para combater o racismo, uma vez que os quilombolas confiam no turista como um importante vetor de espraiamento de suas lutas. Para compreendermos mais a fundo como se estrutura o turismo em comunidades quilombolas, cabe aprofundarmo-nos em alguns tópicos que consideramos relevantes.

O TURISMO

O turismo é desenvolvido através de ferramentas e instrumentos que propiciam mobilidade espacial de acordo com as especificidades e peculiaridades das suas variadas vertentes. Ressaltando os objetivos e interesses deste artigo, refletiremos acerca dos fatores que envolvem o patrimônio natural, cultural e histórico e o desenvolvimento econômico incrementado a partir do fenômeno turístico – neste caso, a vertente étnica-afro do turismo cultural é bastante propícia. O turismo étnico afro, uma modalidade do turismo cultural, passou a ser discutido pelo Ministério do Turismo em meados dos anos 2000. Contudo, já era vivenciado por alguns municípios e comunidades há muitos anos. De todo modo, por ser uma temática relativamente nova, existem poucas referências teóricas acerca desta modalidade.

Ao analisar espacialmente como as comunidades tradicionais, sobretudo as quilombolas, se organizam e se apropriam do território como fator de fomento econômico, em Santos (2016) foram avaliadas as ferramentas e instrumentos de gestão territorial do turismo local, considerando as experiências em campo em quatro quilombos do Sudeste (Quilombo do Campinho, no estado do Rio de Janeiro, e os quilombos da Fazenda, Ivaoporunduva e Brotas, no estado de São Paulo) e em um quilombo do Centro-Oeste (Kalunga, estado de Goiás), assim como a revisão bibliográfica.

As comunidades tradicionais quilombolas, indígenas, caiçaras e outras sofreram durante anos diversos desgastes sociais, provocados pelo isolamento, pela falta de políticas públicas (saúde, educação e, principalmente,

inclusão social, valorização e resgate do legado cultural e histórico), pelo preconceito racial e pela especulação imobiliária. Tais comunidades, há décadas, tentam driblar todos esses fatores através de sua resistência e luta. Portanto, torna-se evidente a importância e responsabilidade deste artigo. Alves (2011) acentua que o pesquisador na área do turismo deve voltar-se para a busca do significado das coisas, pois este fato tem um papel organizador nos seres humanos. O que as “coisas” (fenômenos, manifestações, fatos, eventos, vivências, ideias, sentimentos) representam, modela a vida das pessoas (ALVES, 2011, p. 608). O turismo é definido por pesquisadores como um fenômeno decorrente de deslocamentos com a finalidade de passeios e viagens, sobretudo com o intuito de conhecer novos lugares, paisagens, culturas, histórias. Tal relação entre o homem e o espaço passou a ser percebida e documentada com mais frequência após a Revolução Industrial, mas há relatos de que viagens desta natureza tenham acontecido desde muito antes de Cristo. Nesse sentido,

O turismo pode ser pensado como uma gama de indivíduos, de negócios, de organizações e de lugares que, de alguma forma, se combinam para proporcionar experiência de viagem. O turismo é uma atividade multifacetada, que influencia muitas vidas e muitas atividades econômicas diferentes (COOPER, 2007, p. 40).

Como fruto desse fenômeno, o Turismo de Base Comunitária (TBC) se mostra oportuno para a nossa reflexão. Por acreditar em seus objetivos e percebendo em campo o dia a dia das comunidades quilombolas, torna-se evidente que não é possível que exista turismo sem que se leve em conta as relações étnicas, os princípios e a metodologia do turismo comunitário com base local. A partir dessas considerações, propomos uma análise, por meio desse olhar, da vertente étnica-afro.

Segundo Silva e Martins (2012, p. 63), o turismo étnico se assemelha ao TBC, afirmando que se trata de uma atividade na qual os turistas buscam conhecer como vivem os nativos de um lugar. Na esteira dessas reflexões, Coelho (2013) acrescenta que

O turismo pode ajudar a criar uma consciência conservacionista, quando os recursos passam a ter um valor de uso indireto, mas atrelar uma nova consciência conservacionista pelo ato de não utilização dos recursos para que estes passem a servir ao turismo, muda a relação que os moradores têm com aquele lugar (COELHO, 2013, p. 323).

O Brasil, com a sua diversidade natural e cultural, propicia diferentes possibilidades para a prática dessa atividade. Cada região, cidade e

distrito se apropria do turismo de acordo com a oferta de seus recursos naturais, culturais e históricos, configurando-se, assim, os atrativos turísticos. As diferentes possibilidades da prática do turismo determinam a segmentação conceitual para que cada vertente dessa atividade tenha características e instrumentos de planejamento e avaliação peculiares a cada oferta.

Nesse caminho, foi constatado que o “Turismo Cultural”, em sua vertente étnica afro, “compreende as atividades turísticas relacionadas às vivências do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”, de acordo com o que define o Ministério do Turismo (2010). Assim sendo, diversos segmentos do turismo, sobretudo os que abarcam a cultura, as relações étnicas e as ações comunitárias de base local, são explorados na espacialidade do quilombo. As atividades turísticas voltadas à vertente cultural estão intimamente ligadas às identidades culturais representativas dos grupos étnicos que, no caso dos quilombos, dizem respeito à herança africana.

Segundo Vantin (2008), o turismo étnico afro teve início nos Estados Unidos, com visitas aos bairros de origem negra, cujos roteiros retratavam experiências de cunho étnico-cultural. No caso brasileiro, os roteiros também são formados com elementos do cotidiano ligados à história, cultura, religiosidade e modo de vida. Para tanto, a manutenção e preservação da cultura e o meio em que estão inseridos são fundamentais.

Pensando acerca da oferta turística e da preservação ambiental e histórica, todos os equipamentos de infraestrutura existentes nestes recintos, seja para a comunidade tradicional, seja para o turismo, se organizados, transformam-se em motores para inclusão e para o protagonismo do desenvolvimento econômico. Podemos considerar que a oferta do turismo local é fruto dos arranjos produtivos interpretados e compilados pela comunidade.

ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS

Coriolano (2009) discorre que os Arranjos Produtivos Locais (APLs) surgiram na década de 1970, no sul da Itália, como alternativa às formas produtivas da economia clássica, repensando a atividade empresarial para superar as crises econômicas de reestruturação produtiva industrial. Ressaltando a escala local, os APLs surgiram da necessidade de inserção produtiva de pequenos produtores e trabalhadores desempregados, com enormes desigualdades sociais. Dessa forma, esse novo tipo de desenvolvimento se expandiu pelo mundo com características distintas e peculiares, criando arranjos de acordo com as relações econômicas e sociais de cada localidade.

Organizar os arranjos voltados aos propósitos do planejamento turístico ativa o cotidiano das comunidades, incrementa novos produtos e possibilita o alcance de novos horizontes. A inclusão social em seu próprio território motiva o desenvolvimento econômico, contribuindo, sobretudo, para a possibilidade de fixação em sua terra, consequência de uma melhor qualidade de vida. Segundo Coriolano (2009), os APLs do Turismo Comunitário (APLTCs)

São as atividades produtivas locais derivadas de fatores naturais e históricos, concentrando no mesmo território micro e pequenas empresas de subsistência (setor informal) com base familiar, baixa competência técnica comercial e gerencial, produzindo atividades terciárias para a cadeia produtiva do turismo (CORIOLANO, 2009, p. 04).

Coriolano defende, também, que os APLTCs são verdadeiros arranjos da versão original e, para que sejam viáveis, alguns elementos (capital social, dimensão territorial, diversidade de atores, conhecimento tácito, inovação, aprendizado, cooperação, governança, organização produtiva, articulação político-institucional, estratégia de mercado) precisam estar evidentes nas comunidades. Os arranjos estão relacionados ao cotidiano e à organização social dos quilombolas (e de outras comunidades tradicionais) através de ações voluntárias ou involuntárias que dizem respeito ao desenvolvimento econômico e territorial. A título de exemplo, o que difere o quilombo do Ivaporunduva e o quilombo do Campinho de outras comunidades é que neles os quilombolas reconheceram, se organizaram e aplicaram os arranjos na prospecção econômica, materializando seus recursos.

Nesse caso, os APLTCs se apresentam como alternativa de articulação social e incremento do turismo local, sendo diversas as experiências das representações consolidadas dessas ações estratégicas no desenvolvimento econômico dessa atividade. No caso brasileiro, quando pensamos na oferta e no produto turístico que deriva dessa incitação, a quantidade de atrativos é excepcional. Nas comunidades tradicionais em que esses elementos persistem, vemos o desenvolvimento econômico de maneira solidária e sustentável, o que favorece a criação de novas vagas de emprego, a fixação do povo em seu território, a valorização da cadeia produtiva local e a promoção da ascensão comunitária. Sugere-se, assim, que os arranjos do turismo étnico motivam a produção de bebidas, decoração, artesanato, moda, autogestão, gastronomia e cultura, todos estes elementos resultados da articulação comunitária e que propiciam novas fontes de renda por intermédio da hospitalidade e da governança do turismo.

Observando o contexto nacional no que se refere ao turismo étnico afro, ensaiamos afirmar que os APLTCs no contexto quilombola estão relacionados a:

- Oralidade e transmissão de saberes;
- Culinária;
- Artesanato;
- Contação de histórias com os *griôs*;
- Danças;
- Músicas;
- Religiosidade;
- Modo de fazer;
- Hospitalidade.

São diversas as opções de recursos que posteriormente podem se consolidar como um produto turístico, o que viabiliza a criação de roteiros ou circuitos idealizados na etnicidade fincada no turismo de base comunitária. Segundo Coriolano, “entende-se por turismo comunitário aquele em que as comunidades, de forma associativa, organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo” (2009, p. 201). O turismo comunitário ocorre de maneira integrada com diversas atividades econômicas, podendo também ser a base de outras formas de turismo. Vejamos, a seguir, as características do turismo comunitário de base local e como ele se apresenta como embasamento para o desenvolvimento do turismo étnico afro.

Silva e Martins afirmam que o TBC é “aquele determinado e controlado pelas populações locais, e que grande parte de seus benefícios permaneçam na região”; os autores ressaltam que “não é possível deixar de considerar fatores como qualidade de vida, socialização do poder, distribuição da renda e democratização de acesso aos serviços públicos, aos bens culturais e aos benefícios da tecnologia” (SILVA e MARTINS, *apud* NASCIMENTO & CARVALHO, 2012, p. 63). Essa possibilidade de fundar o turismo local estimula a organização espacial, priorizando ações que ressaltam seu modo de vida e seu patrimônio cultural, destacando, sobretudo, ações sustentáveis em seus variados aspectos: cultural, social, econômico e ambiental.

O TBC pode se consolidar fomentando a atratividade local atrelada aos arranjos comunitários, empenhando-se na busca por assegurar e garantir a identidade cultural, o bem-estar, a mobilidade social e a organização

econômica. O cenário se consagra através das relações entre os meios naturais, culturais, históricos e sociais. Buscando fundamentar esse contexto, a partir de Silva e Martins (2012, p. 64), sugerimos um percurso para fundamentação do Turismo de Base Comunitária:

- a. a identificação, pelas comunidades, do potencial cultural, ambiental, social, tecnológico, político e econômico dos contextos das regiões onde habitam;
- b. o desejo de perpetuação das heranças e legados dos seus antepassados, como: hospitalidade, crenças, valores, saberes, sabores e fazeres;
- c. a valorização de suas práticas;
- d. a ampliação de suas rendas por meio de produção associada;
- e. a participação popular por meio de colegiados a fim de perpetuar as discussões sobre as necessidades das comunidades (nos temas de saúde, educação, saneamento, transporte, por exemplo) sobre a atividade turística e as necessidades de infraestrutura, serviços, legislação etc.;
- f. a busca de melhoria de condições de vida.

Para a comunidade, o que persiste é a organização dos arranjos e as diretrizes a serem seguidas para definição da vertente eleita da segmentação turística. O desafio é o de perceber como os arranjos estão contidos no turismo de base comunitária, criando a relação entre os elementos dos APLTCs apresentados por Coriolano e o processo de organização do TBC defendido por Silva e Martins. De todo modo, cabe lembrar que

O turismo é abordado de diversas formas, no tocante à interação entre visitantes e visitados. A possibilidade da convivência com as pessoas de pequenas cidades ou comunidades tem se expandido enquanto uma modalidade de turismo que se diferencia do turismo de massas, em que o turista toma contato com a população local apenas através de folhetos elaborados por agências turísticas, ou através do *tour* que fazem, permanecendo dentro do ônibus (LIMA, 2008, p. 45).

Nesse sentido, propomos a compreensão das interações dos arranjos produtivos locais assegurados e fomentados para o incremento comunitário a partir do desenvolvimento do turismo local.

TURISMO ÉTNICO AFRO

Este item propõe a análise da apropriação do território na espacialidade do “turismo étnico afro” fincado no TBC, sobretudo na maneira pela qual as comunidades organizam seu modo de vida para gerenciar as atividades turísticas a partir de um referencial de desenvolvimento econômico sustentável.

O ordenamento territorial e o planejamento do turismo sustentável necessitam de ferramentas operacionais que expandam a infraestrutura local e do entorno; que ativem o aproveitamento dos atrativos; que abordem um programa de capacitação dos atores e que favoreçam o ajuste da mobilidade, concentrando suas ações nos objetivos do planejamento turístico. A organização dos quilombos, por sua vez, objetiva a criação de diretrizes que respaldam as lideranças durante o processo de apropriação do território.

Destacar o TBC e os APLs do turismo relacionados à etnicidade foi uma alternativa traçada na busca de interpretar e ressaltar como a prática se evidencia e se fundamenta nas relações sociais, construindo um diagnóstico que alimenta o processo de definição e desempenho das políticas e programas que envolvem o turismo étnico afro nos quilombos. Como foi citado inicialmente, os quilombos dispõem de uma gama de atratividade sugerida a partir de vivências que dizem respeito à sua origem, formação e ancestralidade, extraído do seu cotidiano produtos turísticos, elencados a partir de seus costumes e transformados em atrativos ambientais, culturais e históricos.

Relacionar o turismo com o legado cultural e histórico não é novidade, e são evidentes as diferentes formas de apropriação territorial para o desenvolvimento dessa modalidade no cenário nacional. As variadas formas de expandir e arrolar os atrativos criam um diferencial para o turismo local e regional, aumentando os produtos derivados do turismo e o conjunto dos demais arranjos locais.

As diferentes possibilidades da prática do turismo determinam uma segmentação conceitual para que cada vertente dessa atividade tenha características e instrumentos de planejamento e avaliação peculiar a cada oferta. Contudo, não poderíamos, neste artigo, explorá-las, uma vez que aqui nos dedicamos especialmente ao Turismo Cultural e à sua vertente étnica-afro. Nesse caso, a atividade turística está intimamente ligada às identidades culturais representativas dos grupos étnicos e, por essa razão, cabe sublinharmos alguns aspectos do conceito de etnia. Para Poutignat e Streiff-Fenart (1997), a *etnicidade* é entendida por alguns pesquisadores como:

Um fenômeno universalmente presente na época moderna, precisamente por tratar-se de um produto do desenvolvimento econômico, da expansão industrial capitalista e da formação do desenvolvimento dos Estados-nações (p. 27).

E apontam que se impõe, cada vez com mais clareza, a ideia de que o grupo étnico é:

A unidade que engloba os indivíduos definidos através de uma herança cultural comum, chegou a concorrer com a classe (a unidade que engloba os indivíduos definidos por sua posição comum dentro de um circuito da produção) como categoria fundamental da definição social (Idem, p. 27).

Os mesmos autores também conceituam e reforçam a comunidade étnica como uma forma alternativa da organização social de classe. Nesse aspecto, a etnicidade é uma forma de identificação alternativa de consciência e classe. Toda comunidade tem sua identidade, adquirida por traços e relações culturais e históricas. A identidade étnica garante a manutenção do patrimônio material e imaterial, já que a comunidade se identifica dentro dessa teia, impulsionada pela valorização e preservação do seu modo de vida.

No que diz respeito aos quilombos, segundo o Programa Brasil Quilombola (PBQ),

O Brasil é um dos países que tem uma das maiores populações de negros do mundo, decorrente do período escravista, a maioria dos negros trazidos para cá, não retornaram para África, se apropriaram do território constituindo sua história e relações sociais. A maneira pela qual os grupos sociais definem a própria identidade é resultado de uma confluência de fatores, escolhidos por eles mesmos: de uma ancestralidade comum, formas de organização política e social, a elementos linguísticos e religiosos (PBQ, 2004, p. 9).

A identidade étnica reforça o modo de vida das comunidades tradicionais; o território e a igualdade estão relacionados ao modo de ver, sentir e fazer. Nesse caso, a memória coletiva se consagra enquanto um legado de valor simbólico imensurável. O turismo étnico, por sua vez, absorve este composto de práticas, tradições, ancestralidade e costumes (incluindo as religiões, sobretudo as de matrizes africanas herdadas pelos descendentes de escravos) e o compila num atrativo para sua prática e desenvolvimento.

Segundo a Fundação Pedro Calmon (2009), as primeiras experiências da atividade étnica registradas no país foram na Bahia, reduto de negros com a “cultura aflorada e evidente” decorrente da resistência das tradições de matrizes africanas. Há relatos de que o turismo étnico na Bahia ganhou força nas décadas de 1940 e 1950 por causa da literatura de Jorge Amado e das músicas de Dorival Caymmi, que criaram um grande imaginário simbólico acerca da cultura baiana debruçada na matriz africana. Os roteiros na Bahia e em outros redutos exploram este fato e envolvem a cultura negra como o principal produto, tornando estas tradições atrativos para os turistas que demonstram interesse em conhecer este legado.

Segundo o Ministério do Turismo (2010), o Turismo Étnico constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. Este tipo de turismo envolve as comunidades representativas dos processos imigratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, as comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores de seu modo de vida, saberes e fazeres:

A proposta do turismo étnico que está em curso em algumas comunidades tradicionais brasileiras, financiada muitas vezes com recursos captados do governo, supõe, entretanto, um considerável controle dos nativos sobre a atividade. Como no caso de Campinho, onde o roteiro cultural é previamente elaborado, pedindo-se ao grupo interessado que o agende com dois dias de antecedência. Os lugares por onde vão passar, bem como o tempo que vão permanecer na comunidade também é controlado por aqueles que atuam como agentes da atividade turística. De maneira que há uma separação nítida entre o tempo dedicado à elaboração e à performatização do roteiro cultural para os turistas, e o tempo dedicado às atividades correntes próprias do grupo (LIMA, 2008, p. 47).

Analisar a combinação de fatores que reforçam e/ou evidenciam a ancestralidade, a espacialidade, a sustentabilidade e o meio natural no planejamento do turismo permite visualizar fatores determinantes para o turismo étnico, propondo o uso de elementos cotidianos de diversas áreas e interesse que se inter-relacionam e se complementam no decorrer do processo de gerenciamento territorial. Conclui-se, portanto, que não há um modelo de turismo étnico afro: o que existe são experiências e vivências que fluem e transitam nas comunidades quase de maneira intuitiva, motivando e propiciando experiências e vivências únicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Márcia Cristina Pacito Fonseca de. *Comércio, bens de prestígio e insígnias de poder: as agências centro-ocidentais africanas nos relatos de viagem de Henrique de Carvalho em sua expedição à Lunda (1884-1888)*. São Paulo: Intermeios/Fapesp, no prelo.

ALVES, Maria. "Reflexões sobre a pesquisa qualitativa aplicada ao Turismo". *Revista Turismo em Análise*, São Paulo, v. 22, nº 3, dez. 2011.

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ANDRADE, Anna Maria; TATTO, Nilto (ed.). *Inventário Cultural de*

Quilombos do Vale do Ribeira. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2013. Disponível em <https://issuu.com/instituto-socioambiental/docs/pdf-publicacao-final_inventario>. Acesso em 14 mar. 2018.

BENI, Mario. *Fundamentos da Teoria de Sistemas Aplicados ao Turismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BARBUY, Heloisa. *A exposição universal de 1889 em Paris: visão e representação na sociedade industrial*. São Paulo: Loyola, 1999.

BOMENY, Helena (org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Ed. FGV; Bragança Paulista: Ed. USF, 2001.

COELHO, E.A. “Refletindo sobre turismo de base comunitária em Unidades de Conservação através de uma perspectiva amazônica”. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.6, n.1, jan./abr. 2013, pp. 313-326.

CORIOLOANO, Luzia et al. *Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança*. Fortaleza: Ed. UECE, 2009.

CHUVA, Márcia. *Os arquitetos da memória: sociogênese das práticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930-1940)*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

CUNHA, Manuela Carneiro da; CESARINO, Pedro de Niemeyer (org.). *Políticas culturais e povos indígenas*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

GAIOTTO, Maria Alice. “Turismo Étnico – Conceitos e práticas: uma proposta para o Cafundó, em Salto de Pirapora – SP”. *ANAP Brasil Revista Científica*, Tupã, SP, v. 1, nº 1, jul. 2008.

GUERRA, Marília Falcone. *Musealização de territórios e turismo de base comunitária: reflexões sobre a salvaguarda do patrimônio da Reserva Extrativista do Mandira, Cananeia/SP*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

GUSMÃO, Neusa. “A questão política das chamadas ‘terras de preto’”. In: LEITE, Ilka (org.). *Terras e Territórios de Negros no Brasil: textos e debates*. Florianópolis: UFSC, Núcleo de estudos sobre identidade e relações interétnicas, 1991.

_____. “Terra de mulheres: identidade e gênero em um bairro rural negro”. *Revista de História*, São Paulo, n. 129-131, ago.-dez. 1993/ago.-dez. 1994.

LIMA, Livia Ribeiro. *Quilombos e políticas de reconhecimento: o caso do Campinho da Independência*. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MARINS, Paulo C. G. “Novos patrimônios, um novo Brasil? Um balanço das políticas patrimoniais federais após a década de 1980”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 57, 2016.

- MATTOS, Hebe. “Remanescentes das comunidades dos quilombos’: memória do cativo e políticas de reparação no Brasil”. *Revista USP*, São Paulo, n. 68, dez.-fev. 2005-2006.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo cultural: orientações básicas*. 3ª ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- NASCIMENTO, Iandra V. O. *Os arranjos produtivos locais do turismo nas praias do Trairi – Ceará*. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Geografia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2008.
- NASCIMENTO, A. C. N. do, & Carvalho, J.C. O Turismo Comunitário como fator de desenvolvimento local: o caso da comunidade Barro vermelho – Parnaíba/PI. Anais do Seminário Internacional de Turismo Sustentável, Fortaleza, CE, Brasil, 2008.
- REZENDE, Ricardo de O. “Comunidades e seus arranjos produtivos no turismo do estado do Ceará”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, Balneário Camboriú, v. 3, n. 2, ago. 2009.
- O'DWYER, Eliane C. “Os quilombos e a prática profissional dos antropólogos”. In: _____ (org.). *Quilombos: identidade étnica e territorialidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.
- POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. *Teorias da etnicidade*. Trad. Elcio Fernandes. São Paulo: Unesp, 1997.
- SANTOS, Claudia Fernanda dos. *Turismo Étnico Afro no quilombo do Campinho*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Gestão do Território, Universidade Federal do ABC, Santo André - SP, 2016.
- SECRETARIA DE POLÍTICAS de Promoção da Igualdade Racial; SECRETARIA DE POLÍTICAS para Comunidades Tradicionais. *Programa Brasil Quilombola*. Brasília. 2013.
- SECRETARIA DE TURISMO da Bahia. *Turismo Étnico Afro na Bahia*, 2010.
- SILVA, Francisca de Paula Santos; MARTINS, Luciana Conceição de Almeida. “Mergulhando em memórias, tecendo culturas e construindo histórias: o diálogo entre a história e o turismo de base comunitária”. *Revista Sustentabilidade em Debate*, Brasília, v. 3, n. 2, jul.-dez. 2012.
- THOMAZ, Omar R. *Ecos do Atlântico Sul: representações sobre o terceiro império português*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/Fapesp, 2002.
- VATIN, Xavier. “O desenvolvimento do turismo étnico na Bahia: o caso da cidade de Cachoeira”. 26ª Reunião Brasileira de Antropologia, Porto Seguro, Bahia, jun. 2008.

PICTURE AHEAD: A KODAK E A CONSTRUÇÃO DO TURISTA-FOTÓGRAFO

Lívia Aquino¹

RESUMO

Esta pesquisa² trata da fotografia do amador e sua construção histórica no campo do turismo, refletindo sobre a criação de práticas sociais e sobre as transformações na percepção da experiência da viagem. Parte-se de uma relação entre a fotografia e o turismo operando como dispositivo, cristalizando inerente relação. Nessa direção, a Kodak é peça fundamental no processo de popularização da fotografia e, conseqüentemente, na construção dos modos de produzir, consumir e compreender imagens. Por meio da publicidade, de estratégias de negócio, da elaboração de um sistema educativo e de ampla cadeia de produção, a Kodak atua na criação de valores relativos à importância do registro da viagem e enfatiza o fato de que sua lembrança pode ser obra do amador. O turista-fotógrafo torna-se, assim, um sujeito produtor de parte do mundo-imagem, pelo desejo de posse e status que a fotografia e o turismo carregam e, especialmente, pela busca de uma fotografia que está sempre a sua espera.

Palavras-chave: Cultura visual. Fotografia. Turismo. Dispositivo. Turista-fotógrafo.

A fotografia encontra-se implicada ao turismo com as modificações do tempo e do espaço na modernidade, ganhando fluxo na vida social, por meio de rituais e modos de ação diversificados na experiência da viagem. Fotografia e turismo atravessam o século XX forjando operações que comportam, entre outros aspectos, a invenção dos lugares, a ocupação do tempo, o acúmulo dos clichês e a roteirização de uma memória. Desse modo, ela constitui-se um dos principais artefatos na construção imagética do turismo. Presente em diversos aspectos da vida social ligada às viagens, ela se desenvolve nos estúdios dos fotógrafos, na difusão dos cartões-postais, vinculada às explorações e, também, por meio da produção do próprio turista.

¹ Doutora em Artes Visuais pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). É coordenadora e professora da pós-graduação em Fotografia da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), em São Paulo.

² Pesquisa realizada com auxílio de bolsa Fapesp.

Com vistas a refletir sobre a fotografia voltada ao amador e sua construção histórica naquilo que se relaciona ao turismo, no contexto de sua massificação, apresentam-se, a seguir, dois apontamentos que atravessam esta pesquisa.

SOBREPOSIÇÕES ENTRE O MUNDO-IMAGEM E O TURISTA-FOTÓGRAFO

Em *Sobre fotografia*, de 1977, a crítica americana Susan Sontag sinaliza a aliança entre a fotografia e o turismo iniciada na segunda metade do século XIX, nos Estados Unidos, como um processo que culmina no esgotamento das imagens já em fins do XX e, conseqüentemente, na ideia de um mundo-imagem (SONTAG, 2004, p. 21), aquele no qual a percepção da realidade é cada vez mais semelhante à construída pela câmera. Segundo a autora, a experiência da viagem passa a equivaler à imagem naquilo que nomeia como um “evento”, ou seja, algo que merece atenção e, portanto, acontece em uma fotografia. Assim, considera que, nesse campo do turismo, tudo existe para terminar em uma foto, e fotografar passa a ser tão importante quanto estar lá, implicando um modo de viajar, que pressupõe a presença de um sujeito seduzido por lugares, pessoas e objetos.

Fotografia e turismo são experiências da modernidade, relacionadas à diversidade das transformações sociais nos séculos XIX e XX, como as distintas percepções do tempo e do espaço constituídas a partir de mudanças no modo de vida urbano, de novas rotinas de trabalho e lazer, da proliferação dos meios de transporte, de novas tecnologias, da introdução de uma cultura de consumo de massa e dos rituais de afirmação social baseados na demonstração de poder econômico e de conhecimento.

Críticos como Walter Benjamin (1985) e Siegfried Kracauer (2009) e, posteriormente, David Harvey (2011), apontam em seus campos de estudo a condição de inconstância e de instabilidade experimentada na modernidade como propícia para o desenvolvimento da fotografia como meio de descrever, analisar, catalogar e viabilizar a circulação de pequenos fragmentos do mundo, tornando-se elemento importante na economia de mercado e na vida cultural. Em parte, devido a essa conjuntura é que a fotografia se encontra diretamente ligada ao turismo, como atividade a dar sentido à viagem.

Desse modo, o turista-fotógrafo desponta como um sujeito que comporta tanto o turista quanto o fotógrafo amador, mas se constitui, sobretudo, no entrelaçamento entre os dois. Marca sua presença como aquele que carrega uma câmera e está pronto para registrar a viagem em todos os detalhes, como forma de validá-la. Para tanto, muitas vezes aprende como sacar boas fotografias com as imagens realizadas por fotógrafos profissionais, presentes nos manuais, revistas e guias e, também, com seus pares,

por meio dos objetos e rituais que se estabelecem como protocolos, desde o surgimento, tanto do turismo quanto da própria fotografia como prática amadora.

O DISPOSITIVO COMO OPERAÇÃO: O LUGAR DA KODAK

Fotografia e turismo são aqui compreendidos como um dispositivo em função de se estabelecerem de forma semelhante a um jogo ou um programa a ser seguido, impulsionando e modificando funções determinadas nos discursos, rituais e organizações. Segundo Michel Foucault (2010), a rede formada pelos elementos dessa trama é o que configura o dispositivo – ao mesmo tempo em que ele estabelece saberes, é por eles condicionado, gerando tensão em suas relações de força e, logo, constituindo poderes.

A hipótese consiste na relação entre a fotografia e o turismo operando como dispositivo, agente nos enunciados de uma cultura ligada às viagens, cristalizando uma inerente relação entre si. Ambos os campos criam desejos, formam valores, orientam práticas, investem tempo e concentram economias, pois reúnem diversos processos heterogêneos, tratando-se de algo ao mesmo tempo disposto e disseminado no meio social. Logo, o dispositivo opera na construção de um turista-fotógrafo naquilo que diz respeito à produção e ao consumo de imagens.

Nessa perspectiva do dispositivo que relaciona saberes, discursos e rituais, nota-se o processo de massificação da fotografia vinculado a uma indústria que, além de criar produtos fotográficos de fácil manuseio, torna-os acessíveis ao público leigo, tanto economicamente quanto pelo modo de usar. Assim desponta a Eastman Kodak Company, criada por George Eastman em 1888 nos Estados Unidos. No decorrer do século XX, a Kodak se estabelece como uma das maiores empresas ligadas à fotografia no mundo, ambição que remonta a sua fundação, construindo modos de produzir, consumir e compreender imagens.

Mais do que inventar produtos fotográficos, ela cria uma prática e um mercado para o fotógrafo amador com câmeras portáteis de fácil manuseio e com um modelo de negócio baseado no consumo de filmes e insumos. Ao designar a câmera como companheira para todas as ocasiões, incluídas as viagens e saídas a campo, a empresa de Eastman colabora para a instituição de hábitos que ritualizam e ordenam a experiência de fotografar. Logo, em parte com a Kodak, todos passam a ser fotógrafos em potencial e em ordem planetária.

Nesse contexto, são avaliadas as estratégias da publicidade que se constituem como práticas de sociabilidade e visualidade centradas na fotografia como mercadoria, em amplo material pesquisado no arquivo da

George Eastman Museum, em Rochester, nos Estados Unidos. Procura-se evidenciar principalmente um turista em construção, circunscrito a práticas que o levam à fotografia, e o lugar que a Kodak ocupa nesse processo. Destaco a marcante intenção de atuação da empresa direcionada à figura do fotógrafo amador, com estratégias de enunciação e convencimento por meio de sua publicidade, dos manuais e de ações diversas como forma de educar sobre a fotografia.

Procura-se responder a questões sobre os modos como o turista-fotógrafo surge entrelaçado nesse contexto apresentado. Ao desenhar um modelo de atuação junto aos seus funcionários, distribuidores e clientes, a Kodak segue um protocolo geral, quase normativo, no modo de atingir o fotógrafo amador com todos os seus produtos. Logo, ajuda a criar o desejo de mostrar *onde, como e com quem* se passa as férias, bem como o de ser fotografado e ser visto fotografando o mundo.

Atenta-se para questões notáveis da Kodak em longo arco temporal, desde sua fundação até a década de 1980³. Entretanto, é importante salientar que, muito embora parta-se desse longo período no arquivo dessa grande indústria fotográfica, o sujeito enredado não comporta o mesmo recorte por sua condição de ser construído no interior do dispositivo. O turista-fotógrafo surge paulatinamente dentro de um contexto das viagens antes do crescimento do turismo como atividade econômica e cultural, ganhando força com a observação do mundo por meio de diversos instrumentos ópticos e com a invenção da fotografia, mas, sobretudo, com o surgimento de um mercado para o amador, com a Kodak. Nessa condição, o turista-fotógrafo se espraia além dos enunciados e das visibilidades criadas com a Kodak, podendo ser observado em diversas práticas que envolvem ainda o turismo e a fotografia e, portanto, até mesmo com o fim da atuação da empresa no mercado global.

Desse modo, faz-se necessário explicar a expressão *Picture Ahead*. Em 1920, a Kodak envia seus publicitários para as mais importantes e novas estradas dos Estados Unidos a fim de que escolham suas melhores vistas. Nesses lugares, é colocada uma placa com o enunciado *Picture Ahead, Kodak as you go*, totalizando aproximadamente seis mil indicações voltadas para viajantes nas rodovias. A ação, que se desdobra por 30 anos, é precursora da campanha *Kodak Picture Spot*, na qual o foco são locais turísticos e parques nacionais norte-americanos. A partir dos anos 1950, em

³ Esse recorte de cem anos justifica-se, em primeiro lugar, por ser o período em que ocorrem as transformações do mercado fotográfico em função, tanto do crescimento da indústria japonesa nos Estados Unidos quanto do desenvolvimento tecnológico, que culmina na invenção dos sistemas digitais; em seguida, por coincidir com o final do ciclo da chamada explosão de crescimento do turismo de massa, entre os anos 1950 e 1980.

parceria que perdura por 50 anos com a Walt Disney Company, a placa passa a figurar também nos parques da rede e logo torna-se popular entre os turistas, indicando os melhores pontos e enquadramentos para se fazer uma fotografia das atrações [Figura 1].

Figura 1: Campanha da Kodak *Picture Ahead! Kodak as you go*, 1920.



Fonte: acervo George Eastman Museum (Rochester, NY): Kodak Advertisement Collection.

A expressão *Picture Ahead*, mais do que um local interessante, sinaliza a potência de uma fotografia a ser encontrada por todos aqueles que circulam e carregam uma câmera. Faz emergir igualmente um enunciado desse dispositivo, tanto ao lidar com aquilo que oferece como possibilidade para a fotografia quanto por sugerir uma condição de circulação nessas novas estradas e, posteriormente, nos parques turísticos pela forte ligação com a Disney. *Picture Ahead* é essencial para a compreensão do turista-fotógrafo enredado com a Kodak nos protocolos de ver, escolher e fotografar lugares demarcados com antecedência.

A análise do material pesquisado aponta para estreita ligação a uma prática, a um uso e a um lugar para a fotografia no turismo e, consequentemente, para a construção do turista-fotógrafo enredado com a Kodak [Figura 2].

Figura 2: anúncios da Kodak, 1900, 1958, 1960, 1949, 1931, 1958 (da esquerda para a direita).



Fonte: acervo George Eastman Museum (Rochester, NY): Kodak Advertisement Collection.

O turista-fotógrafo é um sujeito que passa a registrar todas as viagens e excursões para apropriar-se da experiência vivida, posando com sua família e evidenciando suas novas conquistas como únicas. Encontra-se implicado nesse discurso ao querer sacar muitas fotos de suas viagens e exibi-las como troféus, e a Kodak tem papel ativo ao construir uma prática atravessada pela compreensão de uma fotografia a ser conquistada. A relação simbólica que se estabelece entre o fotógrafo e o caçador é marcada pela presença de George Eastman a criar espaço para que as duas práticas se entretêm, tanto por seu interesse e atuação como caçador como por dirigir muitos dos anúncios relacionados ao tema nos primeiros anos da empresa, antes da criação de um departamento específico para tal.

A publicidade da empresa aproxima as duas práticas por três meios: primeiro, por um vocabulário comum, com palavras como “capturar”, “caçar”, “prova” ou “tiro” para se referir à ação de fotografar; segundo, pela caracterização dos dois personagens que, por vezes, aparecem como tipos aventureiros e, junto com suas armas e embornais, eles carregam uma câmera a tiracolo, acoplada à cartucheira; e por fim, pela própria ideia de

troféu, exibem suas presas para que seus amigos as fotografem ou registrem o troféu conquistado, e mostram suas imagens como tal, como tipos de souvenirs.

Não se trata de apontar, entretanto, um caminho sobre a gênese dessa aproximação, mas assinalar linhas de força capazes de restituir e fazer ver alguns acontecimentos que marcam o papel da Kodak nesse jogo em que armas e câmeras se encontram comprometidas. Trata-se de distinguir lugares, saberes e gestos em que tal analogia vai sendo estabelecida, como camadas que se sobrepõem, ocultando ou fazendo emergirem os significados desse entrelaçamento.

Essa justaposição dos dois sujeitos, caçador e fotógrafo, envolve aquilo que Sontag (2004, p. 25) sugere ser um processo de domesticação das agressões: não se caçam mais animais e, sim, fotografias. A troca simbólica entre a arma e a câmera implica condição de saber e poder do dispositivo; o turista pode ser considerado um tipo de predador que tem como objetivo consumir lugares, vivências e vistas, numa espécie de “culto permanente” (AGAMBEN, 2007, p. 72), em que a fotografia se torna sua parceira constante. Assim, o alcance global que a Kodak atinge contribui para que a prática fotográfica se dissemine nessa chancela, fazendo com que o amador compreenda lógica semelhante na busca por imagens.

No caso dos troféus, verifica-se a procura do raro que se faz presente no discurso, tanto da fotografia quanto do turismo. Assim, muitas vezes, em uma viagem, busca-se uma experiência comercializada como única em função de distintas razões, como dificuldade de acesso ao lugar, condição econômica, pouca visitação ou alguma barreira cultural. Com a fotografia, todavia e, por meio do dispositivo, essa raridade se dissemina, e todos passam a desejá-la – consome-se qualquer lugar transformado pelo turismo por meio das imagens, por mais que possam ser divulgados como incommuns, caros e singulares. É nessa condição que o turista-fotógrafo nasce como um tipo caçador, ocupando aos poucos o lugar simbólico do predador, um sujeito “devorador de paisagem” ou um “consumidor da natureza”, na atribuição do historiador Marc Boyer (2003, p. 55).

Essa é uma consequência possível do crescimento do turismo como uma grande indústria, capaz de fazer de qualquer espaço, atividade ou história, um lugar de visitação, gerando desejos, tanto de deslocamento quanto de apropriação deles por meio das fotografias presentes nas revistas ilustradas, nos guias e na publicidade. É desse modo que o turista-fotógrafo pode afirmar ‘eu fui, estive lá’, por meio de um roteiro que ele elabora, ajudando a reforçar o ritual em torno da viagem. Portanto, a fotografia funciona aqui como organizadora da vida social e se estrutura de forma coercitiva, no imperativo de que é imprescindível e de que faz parte do passeio.

O turista-fotógrafo encontra-se implicado nesse poder do único e do original na busca das fotografias de sua viagem. Para Kracauer (2009, p. 82), o escopo da viagem pode até ser uma busca do lugar exótico; na modernidade, entretanto, esse local pode significar qualquer um que seja contemplado “na medida em que parece incomum a outro lugar apreciado”. Logo, ele consome e fotografa com frequência sua experiência nos mais diversos lugares, busca mostrar o monumento, o museu, a praia, o restaurante e toda sorte de gente a lhe chamar a atenção. Em fila, segue o guia, espera para fazer uma fotografia da *Monalisa* – mesmo que seja uma das imagens mais reproduzidas em souvenirs, aguarda os turistas saírem da vista para dar a impressão de exclusividade na foto que faz e, mais do que todas essas situações, é tomado por uma espécie de “contágio mimético” (ROBINSON; PICARD, 2009, p. 16) ao perceber que há outro fotografando. Fotografar torna-se gesto automatizado, assentado em protocolos criados e estabelecidos durante anos como parte da experiência moderna.

Esse tipo de fotografia produzida e em uso no turismo com a participação da Kodak recai, por outro lado, na constituição de uma ideia de memória daquele que viaja. Com todas as transformações sociais experimentadas na modernidade, diversas práticas se modificam em função da ruptura e da fragmentação do tempo e do espaço, dando lugar a um “trabalho ideológico de inventar a tradição”, como analisa David Harvey (2011, p. 247). A fotografia se torna operatória nesse contexto por meio de rituais – pensando o ritual como um processo que torna o discurso eficaz, institui ações, gestos e condições para que o dispositivo aconteça. Desde os primeiros anúncios, a Kodak reconhece o apelo à memória com a fotografia, principalmente a partir do potencial de histórias que podem ser criadas. O relato das férias, o feriado de verão, a viagem de inverno, um passeio de barco: tudo é motivo e torna-se imperativo para ser lembrado.

Na direção do uso da fotografia que a Kodak engendra, os enunciados de suas ações funcionam como um ritual devido ao seu caráter repetitivo e estilizado, com sequências de discursos regulares durante todo o século XX. Os produtos podem sofrer alterações em função do avanço tecnológico, podem até determinar alguns novos hábitos em seu entorno, mas, no todo, tem-se um argumento sobre a fotografia que permanece e se perpetua no decorrer desse tempo, garantindo a eficiência do efeito mnemônico.

É por meio desse caráter ritual que o discurso promovido pela Kodak se torna eficiente, instituindo práticas e gestos regulares e repetitivos a criar condições para que o dispositivo aconteça. Para tanto, por meio de álbuns e sistemas de projeção, a fotografia vai ganhando espaço na vida moderna, sendo compartilhada socialmente em clubes e reuniões familiares.

Com o amador produzindo e partilhando a fotografia como uma experiência estética e afetiva é que o dispositivo ganha força, permanência e

se dissemina. Com a estratégia da facilidade e do acesso difundidos pela Kodak, o álbum torna-se objeto feito pela própria família, dando início a um modo de roteirização e de visualidade das histórias domésticas e turísticas. As memórias passam a ser cultivadas, como o próprio hábito de viajar, em processo constante de internalização de um costume que, paulatinamente, vai sendo compreendido como fundamental.

Ao longo de sua trajetória, a Kodak elabora diversos produtos direcionados ao amador para a produção de imagem fixa e em movimento. Ainda que às vezes a publicidade e os manuais sejam voltados para alguns especificamente, a prática que envolve o registro da vida doméstica e das viagens não se distingue no gesto desse fotógrafo que carrega ambos os formatos. Faz-se tudo com vistas a gerar lembranças, reafirmando, no caso do turista-fotógrafo, um desejo irrefutável de se apoderar da experiência na construção do mundo-imagem. Logo, os rituais para exibição do material produzido igualmente comportam as duas práticas, indistintas no sentido atribuído de engendrar memória por meio delas. Nesse sentido, a ideia de ver por meio das imagens a experiência vivida torna-se um apelo utilizado nos anúncios que exprimem a ilusão do quanto as imagens comportam a vida, apontando o caminho para uma memória cada vez mais comercializada (HUYSSSEN, 2000, p. 18) e consumida como roteiro de algo.

Assim, a Kodak enuncia uma fotografia capaz de conter o tempo, que passa rapidamente e, sobretudo, de preservar a memória, que é falha e sujeita ao esquecimento; uma fotografia que possibilita rever em imagem a própria experiência. Esse discurso mostra-se eficaz no contexto da “cultura da memória”, proposto por Andreas Huyssen (2000, p. 30), ou na lógica do “mito da durabilidade”, assinalado por Fausto Colombo (1991, p. 100), uma série de práticas políticas e culturais a fazer da lembrança uma garantia de continuidade diante das fragmentações vividas na modernidade.

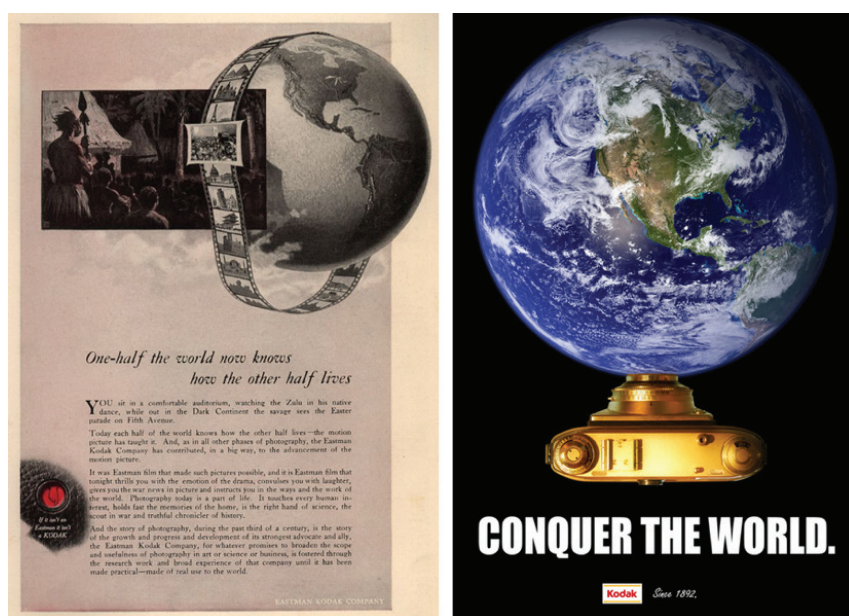
O discurso estabelecido com a Kodak aponta o dispositivo que articula turismo e fotografia e sugere o quanto o turista-fotógrafo é parte essencial no trabalho de construção do mundo-imagem. Com diversas estratégias em jogo, a Kodak ajuda a criar o entorno de uma fotografia quase obrigatória: “não importa para onde você vai, leve uma câmera com você” – é argumento comum em sua publicidade, na literatura que produz e no modo como se faz presente em acontecimentos, como sua participação nas exposições universais. Desse modo é que, tanto a campanha *Picture Ahead* quanto, por exemplo, a da Kodak Girl, personagem feminina com traje listrado que percorre todos os continentes anunciando usos e modos para a fotografia, sugerem desde o início o quanto uma viagem sem a presença da câmera pode ser uma experiência perdida. Logo, como peça essencial dessa atividade, a fotografia passa também a estruturá-la e se torna, simultaneamente, um modo de acumulá-la (URRY, 2001, p. 186).

Sentir-se turista em algum lugar é uma das práticas que a Kodak ajuda a engendrar. Viajar de carro, trem, avião ou navio passa a ser símbolo de status, e a publicidade faz grandes investimentos em campanhas que geram demanda e desejo de consumo. O turista é frequentemente representado nos anúncios de diversos desses produtos, sempre com a câmera pronta para fotografar o mundo que se descortina a sua frente.

Junto com a ampliação do setor de viagens em função dos novos meios de transporte cresce o investimento em seu registro, e a câmera, objeto *imprescindível* a essa prática, ganha relevância. Nessa condição, o turista-fotógrafo é impelido a observar o mundo que se descortina a sua frente novamente como uma diversidade de oportunidades fotográficas. *Viajar implica fotografar, necessariamente.*

Desse modo, na medida em que o mundo encolhe com argumento semelhante ao de David Harvey acerca da diminuição dos espaços; com a Kodak, entretanto, não se trata de um meio de transporte a carregar rapidamente pessoas para todos os lugares, mas, sim, das imagens a circular, em parte pela facilidade do sistema que cria e dissemina. Se nesse primeiro anúncio do início do século XX a ilustração do globo apresenta-o circundado por uma tira de filme, projetando para fora cenas de diferentes lugares com a promessa de que a fotografia é capaz de mostrá-los para a outra metade do mundo, no segundo, já em fins do XX, o próprio planeta é inflado a partir da objetiva da câmera [Figura 3]. Como parte do dispositivo que opera nessa pesquisa, com a Kodak, a fotografia conquista o mundo, mas também, pelo significado do verbo *to conquer*, pode tomá-lo, superá-lo, subjugá-lo ou dominá-lo.

Figura 3: Anúncios da Kodak, 1919 e 2000.



Fonte: acervo George Eastman Museum (Rochester, NY): Kodak Advertisement Collection. Kodak Company.

Portanto, a lógica que se estabelece por meio da expressão *Picture Ahead*, a de que existe potencialmente uma fotografia a sua espera, produz um efeito consumidor de imagens. A expectativa dessa fotografia transforma-se numa busca desenfreada no sentido de transformar o mundo em eventos, como uma miríade de oportunidades, uma promessa de que o mundo sobreviverá em imagens. Todavia, não presume o quanto o mundo-imagem e o turista-fotógrafo se fundem em fantasmagorias ou em camadas a condensar protocolos, rituais e aprendizagens sobre o que significa viajar e fotografar. Os elementos constituintes da relação entre turismo e fotografia como dispositivo são fundamentais para a compreensão dos modos de subjetivação que produzem e enredam o turista-fotógrafo que compreende a fotografia como parte imprescindível do mundo em trânsito, a constituir ela própria o mundo-imagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, Giorgio. Elogio da profanação. In _____. *Profanações*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. In _____. *Obras escolhidas I – Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. Paris, a capital do século XIX. In _____. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.
- BOYER, Marc. *História do turismo de massa*. Bauru: Edusc, 2003.
- COLLINS, Douglas. *The story of Kodak*. New York: Abrams, 1990.
- COLOMBO, Fausto. *Os arquivos imperfeitos*. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I – Vontade de saber*. 13ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. O sujeito e o poder. In DREYFUS, Hubert. L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- _____. *Microfísica do poder*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1996.
- _____. *A ordem do discurso*. 20ª ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- FREUND, Gisele. *La fotografía como documento social*. 9ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2001 (1995).
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2011.

- HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- KRACAUER, Siegfried. *O ornamento da massa*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- OSBORNE, Peter. *Travelling light: Photography, travel and visual culture*. Manchester: Manchester University Press, 2000.
- ROBINSON, Mike; PICARD, David. *The framed world: tourism, tourists and photography*. Farnham: Ashgate, 2009.
- ROUILLÉ, André. *A fotografia: Entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Senac, 2009.
- SCHAMA, Simon. *Paisagem e memória*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- URRY, John. *O olhar do turista*. São Paulo: Nobel/Sesc, 2001.
- WEST, Nancy M. *Kodak and the lens of nostalgia*. Charlottesville: University Press of Virginia, 2000.