



VOLUMEN 17 | NÚMERO 4 | JULIO-SEPTIEMBRE 2019 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

www.pasosonline.org

COMITÉ EDITORIAL

Director: Agustín Santana Talavera

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: asantana@ull.es

Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

Instituto Universitário da Maia - ISMAI
E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Adjunto a dirección: Eduardo Parra López

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: eparra@ull.es

Secretaría: António Valério Maduro

Instituto Universitário da Maia - ISMAI (Portugal)
E-mail: avmaduro@docentes.ismai.pt

EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó Univ. de Valencia, España
Juan Aguirre Univ. Latina-Heredia, Costa Rica
M^a Esther Chávez Álvarez Univ. de La Laguna, España
Margarita Barretto Univ. Federal de Santa Catalina, Brasil
Enrique Bigne Univ. de Valencia, España
Heredina Fernández Betancort Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Alberto Jonay Rodríguez Darias Univ. de La Laguna, España
Pablo Díaz Rodríguez Ostelea, España
Nuria Gali Univ. de Girona, España
Antonio Guevara Plaza Univ. de Málaga, España
Margaret Hart Robertson Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Raúl Hernández Martín Univ. de La Laguna, España
Edgar Bernardo Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Sergio Moreno Gil Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Maribel Osorio García Univ. Autónoma del Estado de México, México
José J. Pascual Fernández Univ. de La Laguna, España
Xerardo Pereiro Pérez Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Roque Pinto Univ. Estadual de Santa Cruz, Brasil
María Velasco González Univ. Complutense de Madrid, España
Emilio Romero Macias Univ. de Huelva, España
José María Valcuede del Río Univ. Pablo de Olavide, España
José Antonio Fraiz Univ. de Vigo, España
Cristiana Pereira Teixeira de Oliveira Univ. Europea de Canarias, España
Desiderio Gutiérrez Taño Univ. de La Laguna, España
Gustavo Marín Guardado CIESAS, México
Diego Medina Muñoz Univ. de las Palmas de Gran Canaria, España
Pitu Espeso-Moliner Univ. de Alicante, España
Raffaele Scuderi Univ. de Bolzano, Italia
Laurentina Maria da Cruz Vareiro Inst. Politécnico do Cavado e do Ave, Portugal
José Cadmina Ribeiro Univ. de Minho, Portugal
Javier Hernández Ramírez Univ. de Sevilla, España

Rogelio Martínez Cárdenas Univ. de Guadalajara, México
Carlos Fernandes Inst. Politécnico do Viana do Castelo, Portugal
Jordi Gascón Univ. de Lleida, España
Elena M^a Pérez González Univ. Europea de Canarias, España
Ana Priscila Sosa Ferreira Univ. del Caribe, México
Aurora Arjones Fernández Univ. de Málaga, España
Alejandro Alvarado Herrera Univ. Quintana Roo, México

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca Univ. La Sapienza di Roma, Italia
Álvaro López Gallero Univ. de la República, Uruguay
Any Diekmann Univ. Libre de Bruxelles, Bélgica
Artur Cristovao UTAD, Portugal
Arurora Pedro Bueno UV, España
Juan Gabriel Brida Univ. de Bolzano, Italia
Cebaldo de León Smith UTAD, Portugal
Christou Evangelos Aegen Univ., Grecia
Dallen J. Timothy Brigham Young Univ., USA
Daniel Hiernaux UAM, México
Davis Gruber Sansolo Univ., Brasil
Dimitros Buhalis Univ. of Bournemouth, Reino Unido
Fernando Vera Rebollo Univ. de Alicante, España
Elisabeth Kastenholtz Univ. de Avero, Portugal
Elizabette Tamanini Uniplac/SC, Brasil
Gemma McGrath Univ. of the Arts London, Reino Unido
Jafar Jafari Univ. of Wisconsin at Stout, Menomonie, USA
Juan Agudo Torrico US, USA
Juan Ramón Oreja Rodríguez ULL, España
Julia Fraga CINVESTAV, México
Julia Sanmartín Sáez UV, España
Julio Grande Sepinum, España
Marcelino Sánchez UCLM, España
María D. Álvarez Bogazici University, Turquía
Marianna Sigalas Aegen Univ., Grecia
Michael Riley Univ. of Surrey, Reino Unido
Noemi Rabassa URV España, España
Raoul Bianchi Univ. of East London, Reino Unido
Ratana Chuenpagdee Memorial University of Newfoundland, Canadá
Regina Schlüter CIET, Argentina
René Baretje-Keller CIRET, Francia
Ricardo Díaz Armas ULL, España
Richard W. Butler Univ. of Strathclyde, Escocia
Rosana Guevara Ramos UAM, México
Svein Jentoft University of Tromsø, Noruega
Thomas George Baum Univ. of Strathclyde, Escocia
Vicente Montfort Mir UJI, España
Carlos Alberto Steil Univ. Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Edición digital: Varadero Informática

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web
<http://www.pasosonline.org> E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage
(An external peer review and open access journal)



Bases de datos / Databases:

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas. Incluida en WEB OF SCIENCE (WOS). Incluida en Emerging Sources Citation Index (ESCI), Thomson Reuther.



Edita / Publisher:

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidade de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico
Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Maia, Portugal)

Periodicidad / Publication:

Trimestral / Four times annually

Imprimir / Print:

Vitorino Barros – Gráfico Production

Número de ejemplares / Copies: 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Julio-Septiembre 2019. Volumen 17 – Número 4
July-September 2019. Volume 17 – Number 4

Correo electrónico / E-mail:
info@pasosonline.org

Postal Address:
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife)
España

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida en Web of Science (WOS)

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

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; JUNIO; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasosonline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el textos y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication. Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 202-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasosonline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web

<http://www.pasosonline.org> E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida na Web of Science (WOS)

PASOS. Revista de Turismo e Património Cultural é uma publicação web especializada na análise académica e empresarial dos destintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no património integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Junho; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt) **Idioma:** Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês). **Margens:** Três centímetros em todos os lados da página. **Grafia:** Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou *Arial*, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Time New Roman ou *Arial*) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução

para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referencias bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referencia mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato: Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century (pp. -14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L. 1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J. 1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requiere-se o compromisso. tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicado ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Património Cultural (www.pasonline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS. Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Laurentina Vareiro Raquel Mendes	Travel motivations of the residents of Guimarães	643
Ana Catarina Alves Coutinho Francisco Fransualdo Azevedo	Desenvolvimento do Turismo e a Interface com a Instância De Governança estadual: Um estudo no Rio Grande do Norte/Brasil	655
Luis Gregorio Abad Espinoza	The rethinking and enhancement of the natural and cultural heritage of the cultural landscapes: the case of Sečovlje and Janubio salt pans	671
Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos Lindemberg Medeiros de Araujo Silvana Pirillo Ramos	Turismo de sol e mar e a territorialização do destino Maceió, Brasil	695
Cátia Filipa Macedo Bruno Miguel Sousa	A acessibilidade no <i>etourism</i> : um estudo na ótica das pessoas portadoras de necessidades especiais	709
Daniel Villegas Martínez Jesús Gastón Gutiérrez Cedillo José Isabel Juan Pérez	Estrategia de desarrollo local sustentable en el Área Natural Protegida Parque Otomí-Mexica del Estado de México. Circuitos turísticos en el municipio de Isidro Fabela.	725
Rafael H. Teixeira-da-Silva	Apropriação territorial e o fenómeno da patrimonialização: o caso de Belém-Lisboa	747
Luciana Aparecida Felicidade Elcione Luciana Silva	Turismo cultural e interpretação do patrimônio na cidade de Diamantina – Minas Gerais/Brasil	759
Cecilia Pérez Winter	El “retorno al campo” desde la mirada local. Redescubriendo los atractivos patrimoniales pampeano-bonaerenses (Argentina)	779
Sidnei Raimundo Antônio Carlos Sarti Reinaldo Tadeu Pacheco	Interpretação do Patrimônio Natural para o Turismo: o caso do Parque da Ilha da Usina, Salto, São Paulo, Brasil.	795
Jinjing Shen Joaquín Beltrán Antolín	Turismo chino en itinerarios culturales: El Camino de Santiago y la Ruta Antigua de Té y Caballos	811
Oscar Sánchez Rangel	Génesis de una ciudad turística mexicana al comienzo del siglo XX: el antiguo centro minero de Guanajuato	827
Norma Elizabeth Levrant	Una gestión alternativa de centros históricos: La Habana Vieja, Cuba	839

Crónica de Eventos

Vitor Rodrigues
Xerardo Pereiro

Real Food - Guia de Restauração de Vila Real 853

Reseña de Publicaciones

Saida Palou Rubio

Girona terra memorial. Espais de memòria i turisme a les comarques gironines. Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona: Girona. 857

Eduardo C. Gonçalves

Requinte e Paladar: gastronomia monástica alcobacense. Maia: Ed. ISMAI e CEDTUR. 863

Travel motivations of the residents of Guimarães

Laurentina Vareiro* Raquel Mendes**

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal)

Abstract: Guimarães has made a major effort in promoting tourism, positioning itself as an urban and cultural tourism destination. This strategy is based on the historical heritage of the city, which is a UNESCO world heritage site since 2001, and the promotion of events, such as the European Capital of Culture (ECOC) in 2012. The new image created for Guimarães has defined a new lifestyle for its residents by placing tourism and culture at the forefront of a new development strategy. This study examines the underlying reasons for the travel decisions of the population of the municipality of Guimarães, investigating their push and pull tourist motivations. The study also analyses the role that important socio-demographic variables play in determining travel motivations of residents from this municipality. The empirical analysis was undertaken based on questionnaires administered in 2012 to residents of Guimarães. Results show that gender, age, and education make a difference with regard to travel motivations.

Keywords: Guimarães; Motivations; Residents; Tourism.

Motivações de viagem dos residentes em Guimarães

Resumo: Guimarães fez um grande esforço na promoção do turismo, posicionando-se como um destino turístico urbano e cultural. Esta estratégia baseia-se no património histórico da cidade, património mundial da UNESCO desde 2001, e na promoção de eventos, como a Capital Europeia da Cultura (CEC) em 2012. A nova imagem criada para Guimarães definiu um novo estilo de vida para os seus residentes, colocando o turismo e a cultura na vanguarda de uma nova estratégia de desenvolvimento. Este estudo analisa as razões subjacentes às decisões de viagem da população do município de Guimarães, investigando as suas motivações turísticas. O estudo também analisa o papel que as variáveis sociodemográficas exercem na determinação das motivações de viagens dos moradores desse município. A análise empírica foi realizada com base em questionários aplicados em 2012 aos residentes de Guimarães. Os resultados mostram que gênero, idade e educação fazem a diferença em relação às motivações das viagens.

Palavras-chave: Guimarães; Motivações; Moradores; Turismo.

1. Introduction

Guimarães is located in the Ave Valley of the northern part of Portugal and it is one of the most important cities in that territory. The Ave Valley has been identified for centuries as an industrial district, marked by the presence of a few traditional manufacturing activities, such as textiles, clothes, and footwear (Vareiro, Remoaldo, & Cadima Ribeiro, 2013). As many other regions in Europe, the northern region of Portugal, including Guimarães, experienced a gradual process of deindustrialization in recent years (Freitas Santos, Vareiro, Remoaldo, & Cadima Ribeiro, 2014). To face this challenge, Guimarães has made a major effort in promoting tourism, positioning itself as an urban and cultural tourism destination. This strategy is based on the historical heritage of the city, which is a UNESCO world heritage site since 2001, and the promotion of events, such as the European Capital of Culture (ECOC) in 2012. The new image created for Guimarães has defined a new lifestyle for its residents by placing tourism and culture at the forefront of a new development strategy.

* Professora no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA), Membro integrado da Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG), Portugal; E-mail: lvareiro@ipca.pt

** Professora no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA), Membro integrado da Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG), Portugal; E-mail: rmendes@ipca.pt

This study focuses on the underlying reasons for the travel decisions of the residents of the Portuguese municipality of Guimarães. It is important to know what are the tourist motivations of the regions' residents, monitor these motivations over time and assess the extent to which major events and the growth of tourism changes/affects their tourist motivations. Insight on the needs and preferences of tourists represents a key success factor in the tourism industry. This insight may be an important policy tool for tourism planners and managers in the development of products and marketing strategies. Additionally, the study examines the role that important socio-demographic variables, such as gender, age, and education, play in determining travel motivations of these residents.

Relying on data collected from questionnaires that were administered in 2012 to residents of Guimarães, the empirical analysis was conducted based on the push and pull motivational framework. Quantitative methodologies, namely descriptive statistics, principal components factor analysis, Cronbach's alphas, t-tests and ANOVAs, were used to exploit data resulting from the survey.

This paper is organized as follows. The first section briefly reviews the literature on the push and pull motivational framework. The methodology used for empirical purposes is described in section two, while the estimated results are reported and discussed in the third section. The main conclusions are reported in the final part of the paper.

2. Motivational framework for tourism

Tourism motivation is a key factor in understanding tourist behaviour. Reflected in travel choice, motivation plays an important role in understanding the decision making process of tourists. Several theoretical frameworks concerning tourism motivation have been developed over the past decades. The two-dimensional push and pull approach is one of the most commonly applied motivational frameworks. Dann (1977) proposed the importance of push and pull factors in shaping tourist motivation. The main idea underlying the push and pull approach is that travel decision is formed in a two-stage sequence. The individual is initially pushed to travel by internal desires, and then pulled by external resources related to the destination. Push factors are defined as socio-physiological motives that help to explain the individual's need to travel, such as the desire for rest, relaxation, health, and adventure. These factors are referred to as intangible forces that are internal to individuals and that push them into making travel decisions. Pull factors are related to destination choice. They emerge as a result of the attractiveness of the destination's attributes, such as historical and cultural resources, beaches and recreation facilities. These pull factors are defined as tangible forces that are external to individuals and that pull them towards the travel destination.

Crompton (1979) conceptualized motivational factors that influence tourists' decisions based on Dann's (1977) push and pull theoretical framework. Hence, nine motivational categories were identified, in which seven were classified as push (socio-psychological) motives, and two were considered pull (cultural) motives. The push motives include "escape from a perceived mundane environment", "exploration and evaluation of self", "relaxation", "prestige", "regression", "enhancement of kinship relationships", and "facilitation of social interaction", whereas the pull motives are identified as "novelty" and "education".

The push and pull motivational approach has been applied in several studies aimed at capturing the underlying reasons for travel decisions. Kozak (2002) examined if motivational differences existed between tourists from the same country visiting two different geographical destinations and across tourists from two different countries visiting the same destination. The main findings demonstrated differences in tourism motivation between nationalities and places visited. Kim, Jogaratnam, and Noh (2006) analysed the travel decisions of students at an American university. Their study reveals seven push and six pull factors and substantial differences in the factors across destinations. The push factors include: "escape", "seeing and learning", "adventure and thrill", "visiting friends or relatives", "indulgence", "nature" and "fun and entertainment". Among the pull factors are "sun and beaches", "time and cost", "sports", "attractions", "family" and "natural environment". Jang and Cai (2002) identify six push and five pull factors of motivation associated with British outbound pleasure travellers. "Knowledge seeking" and "cleanliness and safety" were perceived as the most important push and pull factors respectively. The authors further identify key motivational factors that have significant effects on destination choice. The results show that British travellers tend to visit the US for "fun and excitement" and "outdoors activities", Oceania for "family and friendship togetherness" and Asia "to seek a novel experience". Jonsson and Devonish (2008) investigated whether there are differences between tourism motivations of those who are from different countries travelling to the destination of Barbados. They also examined whether there are any differences in the motivations between male and female tourists, and among tourists of different age groups. The study concludes that both nationality and age affect travel motivations, but gender does not. Li, Wen, and Leung (2011) investigated the travel motivation of Chinese female travellers in the context of outbound travel to Hong Kong. Four push factors ("knowledge and prestige", "enhancement of social relationships", "rest and

relaxation”, “adventure and excitement”) and five push factors (“modern image”, “natural environment and attractions”, “safety and cleanliness”, “ease of tour arrangement”, “shopping”) were identified.

Gender differences in push and pull motivational factors of Australian tourists were studied by McGehee, Murphy, and Uysal (1996). The main results of this empirical analysis reveal that male and female tourists place different importance on some push and pull factors. Men are more motivated by sports and adventure, whereas women place more importance on culture, opportunities for family bonding and prestige. Meng and Uysal (2008) also addressed tourism motivation from a gendered perspective based on the push and pull motivational framework. The findings of their study reveal gender differences in the perceived importance that men and women place on destination attributes. Women place higher importance on most destination attributes, such as natural scenery and recreational activities. Men value nature-based activities and resort facilities. These findings are similar to the findings of McGehee et al. (1996) that men are more likely to seek action and adventure in their tourism experience.

With regard to Portugal, Marques (2006) addressed the motivational framework by focusing the different dimensions of the push factor “seeking to escape” as key elements in Portuguese domestic travel decisions. Correia, Valle, and Moço (2007) applied the push and pull approach to study the motivations of Portuguese tourists’ outbound travel to exotic places. The exploratory analysis showed that these motivations are linked to the desire of knowledge, social status and intellectual leisure. The analysis further shows that these push factors determine the perceived pull motives: facilities, core attractions and landscape features. In their investigation on the determinants of tourism return behaviour in the context of Portuguese travel to Brazil, Valle, Correia, and Rebelo (2008) concluded that the returning behaviour is mostly related to emotional motivations, such as socialization and leisure.

As shown above, empirical research that applies the push and pull motivational framework to analyze the underlying reasons for travel decisions is well documented. However, few studies use this approach to focus Portuguese travel motivations. The present study aims to contribute to prior research so that further insights regarding the Portuguese case may be gained.

3. Methodology

3.1. Questionnaire and data collection

The questionnaire contains three main sections. In the first section, information about push and pull motivation was collected. Respondents were asked to specify how important each item is to them when making travel decisions using a five-point Likert scale (1 = not at all important; 2 = not very important; 3 = neutral; 4 = important; 5 = very important). A total of 25 push and 28 pull motivation items were used based on a previous empirical research conducted by Mendes and Vareiro (2012), which was adapted from Kim et al. (2006). In the second section, respondents were asked to specify general information about their tourist travel made in 2011 (number of trips, length of stay, destination, travel group size, major reason for travel, trip organization). In the final section, information on socio-demographic characteristics such as gender, age, residence, marital status, and education was collected.

In the beginning of March 2012, a pre-test involving ten graduate students was carried out. This exercise made it possible, among other things, to discover and correct any potential problems. Minor changes, mostly related to the clarity of the questions, were included in the final questionnaire.

In order to create the sample, a local high school (CISAVE Professional School), located nearby the historical centre of Guimarães, was contacted. The high school was chosen in order to include in the survey four age groups of residents: 15 to 24 years; 25 to 44 years; 45-64 years; and 65 or more years. The decision to include in the sample not only adults is related to the fact that, in the Western world, the role of children for family decision making is increasing and families have become negotiation families (Gram, 2007).

Contact was established with the headmaster of the high school and the assistance of teachers who could hand out the questionnaires to their students was solicited. Students aged 15 and older were asked to answer the survey. These students were also asked to include their siblings, parents, grandparents, and friends in the study by asking them to answer the survey. The questionnaires were administered to residents that have travelled at least once. Each teacher handed out four questionnaires to students aged 15 and older and asked them to return them within a two weeks time schedule. A total of 300 usable surveys were returned; however, it was found that only 280 were from residents of the municipality under analysis.

The study has the restriction of being limited to the case of residents of Guimarães. Nevertheless, based on the available data, a first opportunity to explore the issue of differences in tourist motivations according to gender, age, and education was created. Hence, the research will assist governments and

tourism marketers from destinations traditionally chosen by these residents, developing better strategies for promotion and retention of tourists through the investigation of tourists' needs.

3.2. Data analysis

The data analysis in this study consisted of three stages. First, push and pull motivation factors were ranked and the five most important and the five least important were highlighted. Second, the principal components factor analysis was employed separately to the push and pull expressions in order to identify underlying dimensions associated with residents' motivations for tourist traveling. A varimax rotation, the most common choice in the orthogonal rotation method, was used since it generally provides easier interpretation and the resulting factors were expected to be utilized in the subsequent analysis (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998). A cut-off eigenvalue of 1 was pre-determined. Cronbach's alpha was applied to test the reliability of factor groupings. All factors have alphas greater than 0.6 and were retained for further analysis (Hair et al., 1998). Finally, independent sample *t*-tests and ANOVAs were used to examine the differences regarding push and pull motivation among gender, age, and education groups. The mean scores of push and pull factors and items were compared across gender, age, and education groups to understand which factors and items were perceived more important for residents of each group. Data were analysed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), version 22.0.

4. Results

4.1. Sample profile

Table 1 summarizes the socio-demographic profile of the survey sample. The respondents are mostly female (57.9%) and married (47.5%). The largest age cohorts of respondents are the 15 to 24 (29.4%) and the 25 to 44 (28.0%) age groups. Despite the effort made to insure a better representativeness of the population of Guimarães, the cohorts cited are overrepresented and the 65 and over age group respondents are underrepresented in the sample (26.8% was the corresponding proportion). A total of 29,7% of the survey respondents is endowed with a secondary education and 7.1% with a higher education level.

Table 1: Sample profile

	Total (N=280)
Gender	
Female	57.9%
Male	42.1%
Age	
15-24	29.4%
25-44	28.0%
45-64	24.7%
65 and over	17.9%
Marital status	
Single	38.9%
Married	47.5%
Divorced/ Widowed	12.5%
Education	
Primary	63.2%
High school	29.7%
Graduate school/Master/PhD	7.1%
Travel arrangements	
Complete package	18.8%
Half board	4.3%
Individually organized	73.9%
Other	

Source: Authors' own survey data.

4.2. Importance rankings of travellers' motivations

Table 2 shows the importance rankings of 53 motivation expressions delineated into the push and pull categories.

Table 2. Importance rankings of push and pull motivations

	Rank	Items	Mean	SD
Push	Most important	1 To spend time with my family	4.20	0.94
		2 To reduce stress	4.19	0.91
		3 To spend time friends/someone special	4.18	0.98
		4 Enjoying good weather	4.15	0.81
		5 Fun/entertainment	4.03	0.93
	Least important	1 To do nothing	2.81	1.38
		2 To participate in sport events	2.97	1.29
		3 To view sport events	3.11	1.25
		4 Meeting the opposite sex	3.26	1.07
		5 Going places that friends have not visited	3.47	0.99
Pull	Most important	1 Clean/comfortable accommodations	4.46	0.78
		2 Security	4.39	0.82
		3 Availability of information about destination	4.16	0.87
		4 Gastronomy	4.13	0.85
		5 Availability of transportation	4.12	0.90
	Least important	1 Game (bingos, casinos)	2.61	1.30
		2 Nightlife (bars, clubs)	3.01	1.48
		3 Business/profession	3.11	1.23
		4 Snow	3.26	1.12
		5 Recreational/sport facilities	3.38	1.12

Source: Authors' own survey data.

Note: Respondents were asked to indicate the importance of each motivation when taking a tourist trip. The importance levels are measured on a five-point Likert scale (1 = not at all important; 2 = not very important; 3 = neutral; 4 = important; 5 = very important).

The push factors provide information on what internally encourages residents to travel, while pull factors indicate which attributes of the destinations are more attractive. Thus, planners of destinations can use the results to understand their competitive positions in the market (Jang & Cai, 2002).

With mean scores above 4.04, the most important push items include "to spend time with my family" (4.20), "to reduce stress" (4.19) and "to spend time with friends/someone special" (4.18). On the other hand, "to participate in sport events" (2.97) and "to do nothing" (2.81) are considered the least important. The top five items of pull factors include "clean/comfortable accommodations" (4.46), "security" (4.39) and "availability of information about destination" (4.16). The least important pull items are related to "game (bingos, casinos)" (2.61), and "nightlife (bars, clubs)" (3.01).

4.3. Push and pull factors

In order to determine the underlying dimensions of the correlated destination attribute variables, the 25 push and 28 pull items were factor analyzed utilizing two principal components analysis with varimax rotation.

Push factors. After inspections of the factors, 1 item ("seeing nature") was removed because it did not fit the factor included. A final six-factor model was derived, including 24 push items (Table 3). These factors explained 61.52% of the variance. The first push factor was labeled *Learning/knowledge* and accounted for 27.06% of the variance. It had a reliability alpha of 0.85 with an eigenvalue of 6.77. The second factor was labeled *Sport events* and was comprised of 2 items: "to participate in sport events" and "to view sport events". With an eigenvalue of 3.07, it captured 12.28% of the variance in the push motivation. The third factor,

Family/friends, explained 6.5% of the variance with a reliability alpha of 0.69. The fourth factor was named *Adventure/enjoyment*, with a 6.22% explained variance and a reliability alpha of 0.71. With a reliability coefficient of 0.73, factor five, *Relaxation*, accounted for 4.8% of the variance. The sixth push factor was labeled as *Exhibitionism/eccentricity* and had the lowest explanatory power (4.65%) with a reliability alpha of 0.65.

In sum, the three factors, *Learning/knowledge*, *Sport events* and *Family/friends*, captured 45.85% of the push variance, contributing to explaining much of why the residents of Guimarães travel.

Under the structure of the five-point scale for motivations used in the survey, point 3 can be interpreted as an indifferent point that does not make a distinction between importance and unimportance. The higher the mean score is, the more important the motivation factor is. With the highest mean importance of 4.01, *Relaxation* was the most significant factor to the Guimarães travelers. Another factor was *Adventure/enjoyment* with a mean of 4.00. The results suggest that these factors were the main reasons for the residents of Guimarães travel decisions. These results corroborate those of Correia et al. (2007) and Valle et al. (2008) that point personal and social reasons for the trips of Portuguese tourists. According to these authors, these tourists' main leading travel motivations are mostly linked to emotional factors, such as socialization and leisure.

Table 3: Factor analysis for push factors

Components	Factor Loadings	Item means	SD	Eigenvalues	% of Variance	Cumulative %	Reliability Alpha
Factor 1: <i>Learning/knowledge</i>		3.75		6.766	27.064	27.064	0.850
Learning something new	0.761	3.96	0.915				
Experiencing a new culture	0.752	3.66	1.048				
Experiencing new/different life-style	0.718	3.62	0.961				
Seeing many attractions	0.639	3.81	0.947				
Seeing/experiencing new destination	0.595	4.02	0.889				
Rediscovering myself	0.507	3.46	0.999				
Meeting new friends/local people	0.460	3.64	0.989				
Factor 2: <i>Sport events</i>		3.06		3.071	12.284	39.348	0.886
To participate in sport events	0.893	3.01	1.284				
To view sport events	0.876	3.15	1.236				
Factor 3: <i>Family/friends</i>		3.95		1.624	6.498	45.846	0.694
Visiting friends/relatives	0.772	4.02	0.939				
Spending time with my family	0.713	4.24	0.932				
Visiting where my family came from	0.696	3.60	1.096				
Factor 4: <i>Adventure/enjoyment</i>		4.00		1.556	6.223	52.069	0.705
Spend time friends/someone special	0.702	4.16	0.988				
Fun/entertainment	0.652	3.30	0.941				
Enjoying good weather	0.571	4.15	0.795				
Adventure	0.567	3.62	1.143				
Factor 5: <i>Relaxation</i>		4.01		1.200	4.801	56.870	0.729
Being physically/emotionally refreshed	0.738	3.93	0.932				
To reduce stress	0.671	4.16	0.923				
Escaping ordinary/responsibilities	0.515	3.82	1.042				
Factor 6: <i>Exhibitionism/eccentricity</i>		3.25		1.161	4.646	61.516	0.653
Going places friends have not visited	0.677	3.25	1.054				
Talking about trips on returning home	0.673	3.63	1.026				
To do nothing	0.630	2.81	1.386				
Visit places recommended by friends	0.471	3.50	0.934				
Meeting the opposite sex	0.459	3.11	1.322				

Extraction Method: Principal Component Analysis; Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization; KMO (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) = 0.866; Bartlett's test of sphericity: $p=0.000$. Rotation converged in 9 iterations.

Pull factors. As drawing forces into travel destinations, the 24 pull items (after 4 items were deleted: 2 because they did not fit into the included factors, and 2 had high loading factors in 2 factors and the decision to be made was unclear) also resulted in 6 factors with eigenvalues greater than or equal to one, and the factors accounted for 61.52% of the total pull variance, as presented in Table 4. The first pull factor was labeled *Comfort* and explained 27.06% of the variance with a reliability coefficient of 0.85. It is followed by factor 2 *Sports/nightlife* (12.28% of the total variance and Cronbach's alpha level of 0.89), comprised of items related to "events reputation", "nightlife (bars, clubs)", "game (bingos, casinos)", "business/profession", and "recreational/sport facilities". Factor 3, labeled *Family oriented*, explained 6.5% of the variance contained by the original variables, with the alpha level of 0.74. The fourth factor was named *Health/religion* and explained 6.22% of the variance with a reliability alpha of 0.61. With a reliability coefficient of 0.82, factor five, *Snow and mountain*, accounted for 4.8% of the variance. The final factor represented 4.65% of the total statistical variance and had a reliability alpha of 0.69. This factor is associated with the "cultural/historical attractions", "beautiful landscapes/scenery" and "learning opportunities".

Table 4: Factor analysis for pull factors

Components	Factor Loadings	Item means	SD	Eigenvalues	% of Variance	Cumulative %	Reliability Alpha
Factor 1: <i>Comfort</i>		3.75		6.766	27.064	27.064	0.850
Availability of transportation	0.761	4.12	0.902				
Clean/comfortable accommodations	0.752	4.47	0.772				
Availability of information destination	0.718	4.17	0.867				
Security	0.639	4.38	0.822				
Good value for the cost	0.595	3.96	0.986				
Quiet rest areas	0.507	4.11	0.845				
Gastronomy	0.460	4.10	0.855				
Factor 2: <i>Sports/nightlife</i>		3.06		3.071	12.284	39.348	0.886
Events reputation	0.767	3.41	1.025				
Nightlife (bars, clubs)	0.688	3.00	1.479				
Game (bingos, casinos)	0.683	2.59	1.309				
Business/profession	0.635	3.09	1.224				
Recreational/sport facilities	0.621	3.36	1.131				
Factor 3: <i>Family oriented</i>		3.78		1.624	6.498	45.846	0.739
Warm/sunny weather	0.741	3.97	0.917				
Sea/beaches	0.729	3.88	1.062				
Family oriented destination	0.563	3.82	0.915				
Travel time (route)	0.556	3.72	0.962				
Shopping opportunities	0.512	3.40	1.107				
Factor 4: <i>Health/religion</i>		3.63		1.556	6.223	52.069	0.612
Religious events/attractions	0.702	3.44	1.130				
Health (hydrotherapy)	0.567	3.77	1.116				
Factor 5: <i>Snow and mountain</i>		3.33		1.200	4.801	56.870	0.822
Mountains	0.738	3.41	1.061				
Snow	0.671	3.26	1.107				
Factor 6: <i>Local culture</i>		3.93		1.161	4.646	61.516	0.689
Cultural/historical attractions	0.677	3.84	0.890				
Beautiful landscapes/scenery	0.471	4.10	0.880				
Learning opportunities	0.459	3.80	0.882				

Extraction Method: Principal Component Analysis; **Rotation Method:** Varimax with Kaiser Normalization; KMO (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) = 0.841; Bartlett's test of sphericity: $p=0.000$. Rotation converged in 14 iterations.

In sum, the three factors, *Comfort*, *Sports and nightlife*, and *Family oriented*, accounted for 45.85% of the pull variance. These factors explained by what destination attributes the Guimarães residents were greatly motivated. In addition, with high mean scores, *Local culture*, *Family oriented*, and *Comfort* appeared to be the most important pull factors to the Guimarães travelers. These results seem to be contradictory with those of Valle et al. (2008) who conclude that facilities (weather, beaches, hospitality, security, gastronomy...) and landscape features (natural environment, landscape, cultural attraction) are not individually significant.

4.4. Analysis of push and pull motivations by gender, age, and education

Independent samples *t*-tests and one-way ANOVAs are conducted to investigate whether Guimarães travellers' motivations differ significantly by gender, age, and education. Tables 5, 6, and 7 show the results of these tests.

Table 5, with respect to the general motivation factors, shows that female respondents have higher mean scores across all factors than males, with the exceptions of *Sport events* and *Exhibitionism/ eccentricity*, in what regards the push factors, and *Sports/nightlife* and *Snow and mountain*, in pull factors. However, most of the differences are not statistically significant at the 0.05 level. Male and female respondents reported significantly different mean scores only in the case of three push factors (*Sport events*, *Family/friends*, and *Relaxation*) and two pull factors (*Family oriented* and *Local culture*). Hence, the results reveal that females are more likely to have family/friend and relaxation motivations to travel compared with men and less sport events motivations. On the other hand, females are more likely to travel to family oriented destinations and to have special local culture interests compared with males. McGehee et al. (1996) also concluded in their analysis of gender differences in motivational factors of Australian tourists that when compared to men women are more motivated by culture and opportunities for family bonding, whereas men place higher importance on sports and adventure.

Table 5: Comparison of push and pull factors by gender

Push factors	Female M (SD)	Male M (SD)	<i>t</i> -value	Sig.
1: Learning/knowledge	3.80 (0.644)	3.80 (0.644)	1.329	0.185
2: Sport events	2.94 (1.195)	3.24 (1.205)	-2.110	0.036
3: Family/friends	4.04 (0.675)	3.82 (0.882)	2.286	0.023
4: Adventure/enjoyment	4.05 (0.697)	3.93 (0.702)	1.454	0.147
5: Relaxation	4.09 (0.741)	3.89 (0.791)	2.130	0.034
6: Exhibitionism/ eccentricity	3.23 (0.748)	3.28 (0.713)	-0.577	0.565
Pull factors	Female M (SD)	Male M (SD)	<i>t</i> -value	Sig.
1: Comfort	4.24 (0.578)	4.13 (0.590)	1.562	0.119
2: Sports/nightlife	3.08 (0.906)	3.15 (0.902)	-0.657	0.512
3: Family oriented	3.85 (0.688)	3.67 (0.690)	2.240	0.026
4: Health/religion	3.68 (0.874)	3.56 (1.036)	1.085	0.279
5: Snow and mountain	3.27 (0.988)	3.42 (1.025)	-1.243	0.215
6: Local culture	3.87 (0.678)	3.69 (0.693)	2.166	0.031

Source: Authors' own survey data.

The rank of the push factors was similar between the two groups. Both groups ranked *Relaxation* followed by *Adventure/enjoyment* as the most important factors to travel by residents from Guimarães (although the order is this in the case of women and the opposite for men). Also, both gender groups ranked *Sport events* as the least important factor among the push factors.

The most important pull factor for both groups was *Comfort*, followed by *Local culture*. Also, both gender groups placed *Sports and nightlife* as the least important factor among the pull factors.

Table 6 shows the results of one-way ANOVAs conducted to examine whether Guimarães travellers' motivations differ by age significantly.

Table 6: Comparison of push and pull factors by age

Push factors	15-25 years M (SD)	26-45 years M (SD)	46-65 years M (SD)	+ 65 years M (SD)	F	Sig.
1: Learning/knowledge	3.92 (0.508)	3.84 (0.616)	3.65 (0.709)	3.48 (0.917)	5.229	0.002
2: Sport events	3.48 (1.033)	3.02 (1.118)	3.01 (1.328)	2.57 (1.221)	6.443	0.000
3: Family/friends	3.82 (0.827)	3.89 (0.839)	3.99 (0.738)	4.18 (0.580)	2.487	0.061
4: Adventure/enjoyment	4.34 (0.516)	4.10 (0.587)	3.86 (0.726)	3.46 (0.749)	21.064	0.000
5: Relaxation	4.03 (0.758)	4.05 (0.702)	4.07 (0.767)	3.81 (0.875)	1.272	0.284
6: Exhibitionism/ eccentricity	3.31 (0.718)	3.25 (0.668)	3.32 (0.757)	3.08 (0.811)	1.247	0.293
Pull factors	15-25 years M (SD)	26-45 years M (SD)	46-65 years M (SD)	+ 65 years M (SD)	F	Sig.
1: Comfort	4.17 (0.512)	4.24 (0.539)	4.13 (0.576)	4.23 (0.760)	0.546	0.651
2: Sports/nightlife	3.53 (0.646)	3.24 (0.846)	2.96 (0.897)	2.46 (0.940)	18.961	0.000
3: Family oriented	3.80 (0.797)	3.90 (0.585)	3.77 (0.646)	3.55 (0.703)	2.580	0.054
4: Health/religion	3.24 (0.874)	3.47 (0.976)	3.81 (0.883)	4.26 (0.694)	15.702	0.000
5: Snow and mountain	3.51 (0.926)	3.25 (1.086)	3.44 (0.949)	3.03 (1.017)	2.888	0.036
6: Local culture	3.87 (0.569)	3.91 (0.526)	3.73 (0.744)	3.57 (0.931)	3.054	0.029

Source: Authors' own survey data.

Bonferroni post hoc tests were carried out to determine which age groups differ significantly regarding these motivations. With respect to the push factors, the ANOVAs reveal that the age of a tourist has a significant effect on *Learning/knowledge*, *Sport events*, and *Adventure/enjoyment* factors. Post hoc tests reveal that Guimarães travellers in the oldest age group (over 65 years) reported significantly weaker *Learning/knowledge* motivations to travel compared with the youngest age groups (15-25 and 26-45 years), weaker *Sport events* motivations to travel compared with the youngest age group (15-25 years), and weaker *Adventure/enjoyment* motivations to travel compared with all the youngest age groups. Moreover, in what regards the pull factors, Guimarães travellers in the oldest age group (over 65 years) are more likely to travel based on *Health/religion* motivations compared with the other age categories and less in what regards *Sports/nightlife* and *Snow and mountain*. This finding is consistent with Jonsson and Devonish (2008) that consider this result not surprising since one would expect that older tourists prefer quieter activities, while younger people look for fun and more physical activities.

Table 7 shows the results of one-way ANOVAs conducted to examine whether Guimarães travellers' motivations differ significantly by education. Bonferroni post hoc tests were carried out to determine which education groups differ significantly regarding these motivations.

The results reveal that residents with secondary education are more likely to have *Relaxation* motivations to travel compared with less educated residents. This finding is similar to that for *Adventure/enjoyment* and *Learning/knowledge* motivations.

With regard to the pull factors, the ANOVAs reveal that the education of a Guimarães traveller has a significant effect on *Sports/nightlife*, *Health/religion*, and *Snow and mountain* factors. Firstly, the results reveal that Guimarães higher educated travellers are more likely to travel based on *Sports/nightlife* and *Snow and mountain* motivations than are the less educated residents. However, this group (less educated) report significantly stronger *Health/religion* motivations compared with other residents.

Table 7. Comparison of push and pull factors by education

Push factors	Basic M (SD)	Secondary M (SD)	University/Master/PhD M (SD)	F	Sig.
1: <i>Learning/knowledge</i>	3.70 (0.720)	3.92 (0.562)	3.93 (0.636)	3.224	0.041
2: <i>Sport events</i>	3.08 (1.172)	3.11 (1.237)	3.24 (1.284)	0.155	0.857
3: <i>Family/friends</i>	4.01 (0.774)	3.83 (0.755)	3.67 (0.936)	2.563	0.079
4: <i>Adventure/enjoyment</i>	3.86 (0.738)	4.34 (0.509)	4.04 (0.625)	13.315	0.000
5: <i>Relaxation</i>	3.92 (0.807)	4.19 (0.651)	4.11 (0.694)	3.372	0.036
6: <i>Exhibitionism/eccentricity</i>	3.23 (0.726)	3.35 (0.736)	3.21 (0.762)	0.760	0.469
Pull factors	Basic M (SD)	Secondary M (SD)	University/Master/PhD M (SD)	F	Sig.
1: <i>Comfort</i>	4.15 (0.633)	4.30 (0.486)	4.24 (0.500)	1.726	0.180
2: <i>Sports/nightlife</i>	3.04 (0.880)	3.36 (0.824)	3.46 (0.931)	4.958	0.008
3: <i>Family oriented</i>	3.75 (0.680)	3.90 (0.761)	3.66 (0.546)	1.598	0.204
4: <i>Health/religion</i>	3.73 (0.944)	3.39 (0.872)	3.28 (1.140)	4.695	0.010
5: <i>Snow and mountain</i>	3.23 (0.971)	3.43 (1.073)	3.95 (0.780)	4.949	0.008
6: <i>Local culture</i>	3.76 (0.694)	3.94 (0.616)	3.93 (0.614)	2.210	0.112

Source: Authors' own survey data.

5. Conclusion

This study was aimed at capturing the underlying reasons for the travel decisions of the residents of Guimarães. Specifically, the objective was to determine push and pull tourism motivational factors of the municipality's residents, as well as to discover significant differences in these factors and items across the main socio-demographic characteristics (gender, age, and education).

With respect to gender differences, the rank of the push and pull factors were similar between the two groups. Both groups ranked *Relaxation* and *Adventure/enjoyment* as the most important push factors to travel by residents from Guimarães. *Comfort* is the most important pull factor for both groups, followed by *Local culture*. Also, both gender groups placed *Sport events* as the least important factor among the push factors and *Sports/nightlife* as the least important factor among the pull factors. Female respondents have higher mean scores across all factors than males, with the exceptions of *Sport events* and *Exhibitionism/eccentricity*, in what regards the push factors, and *Sports/nightlife* and *Snow and mountain*, in pull factors. However, most of the differences are not statistically significant at the 0.05 level.

The comparison of the mean scores of push and pull factors by age shows that older tourists are more likely to travel for reasons based on *Family/friends* and *Comfort*, whereas younger tourists are more likely to travel to enjoy *Sports/nightlife* and to have *Adventure/enjoyment*.

Finally, less educated residents are less likely to travel based on *Adventure/enjoyment*, *Relaxation*, and *Learning/knowledge* motivations compared with the other groups. With regard to the pull factors, travellers with basic education are more likely to travel based on *Health/religion* motivations than are the more educated residents.

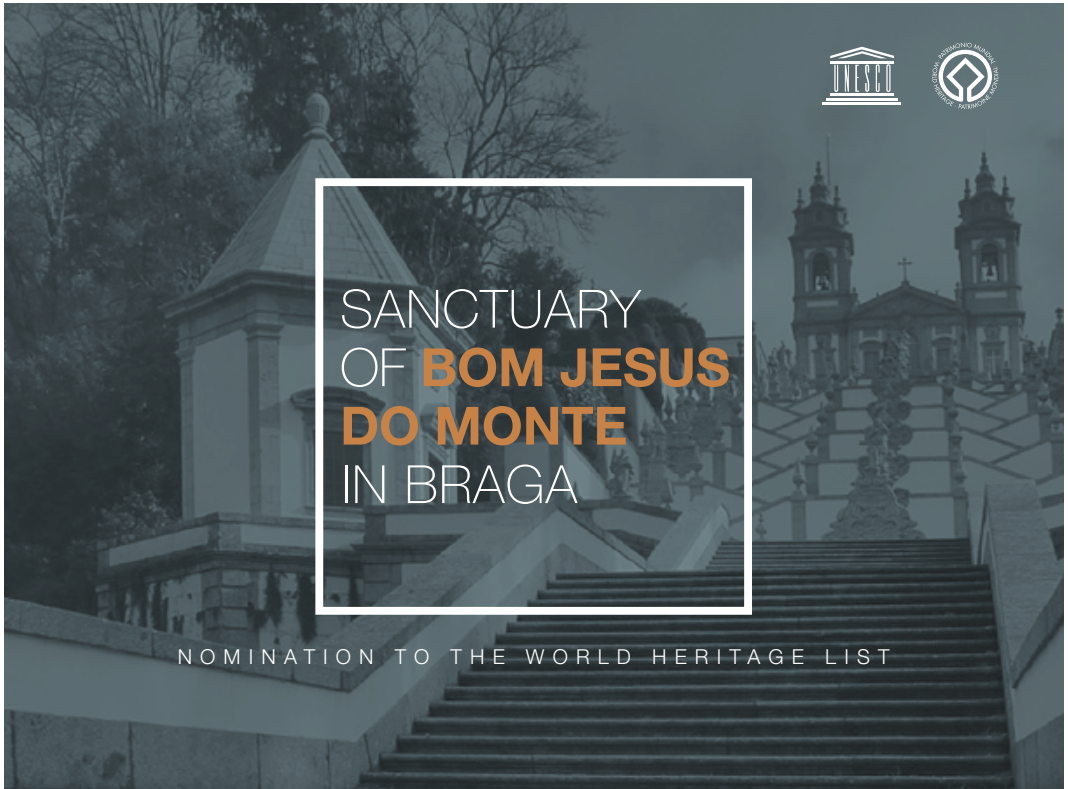
Management of tourist demand is widely considered an important tool in sustainable tourist destination development (Kastenholz, 2004). Products and marketing strategies compatible with the motivational factors that contribute to the perception of a given tourist destination are a key element of a successful tourism industry. Hence, the insight gained by the empirical analysis conducted in this paper may be an important policy tool for tourism planners and managers of tourist destinations.

Bibliography

- Correia, A., Valle, P., & Moço, C. 2007. Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 60(1), 76-80.

- Crompton, J.
1979. Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G.
1977. Anomie ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Freitas Santos, J., Vareiro, L., Remoaldo, P., & Cadima Ribeiro, J.
2014, August. *The role of cultural mega events in the enhancement of city's image attributes: Differences between engaged and attendee participants*. Paper presented at the San Francisco International Business & Education Conference, San Francisco, United States of America.
- Gram, M.
2007. Children as co-decision makers in the family? The case of family holidays. *Young Consumers*, 8(1), 19-28.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W.
1998. *Multivariate data analysis: With readings*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Jang, S., & Cai, L.
2002. Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111-133.
- Jonsson, C., & Devonish, D.
2008. Does nationality, gender, and age affect travel motivation? A case of visitors to the Caribbean island of Barbados. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3), 398-408.
- Kastenholz, E.
2004. 'Management of demand' as a tool in sustainable tourist destination development. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 388-408.
- Kim, K., Jogaratnam, G., & Noh, J.
2006. Travel decisions of students at a US university: Segmenting the international market. *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 345-357.
- Kozak, M.
2002. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Li, M., Wen, T., & Leung, A.
2011. An exploratory study of the travel motivation of Chinese female outbound tourists. *Journal of China Tourism Research*, 7(4), 411-424.
- Marques, C.
2006. Seeking to escape: Sights over approach-avoidance dialectics. In M. Kozak & L. Andreu (Eds.), *Progress and Tourism Marketing* (pp. 191-206). Oxford: Elsevier.
- McGehee, N., Murphy, L., & Uysal, M.
1996. The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45-57.
- Mendes, R., & Vareiro, L.
2012. The effects of place of residence on tourist motivations: The case of the Urban Quadrangle of Minho. In A. Vieira, F. Costa, & P. Remoaldo (Eds.), *Atas das VIII Jornadas de Geografia e Planeamento* (pp. 80-89). Guimarães, Portugal: Departamento de Geografia da Universidade do Minho.
- Meng, F., & Uysal, M.
2008. Effects of gender differences on perceptions of destination attributes, motivations, and travel values: An examination of a nature-based resort destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 445-466.
- Valle, P., Correia, A., & Rebelo, E.
2008. Determinants of tourism return behaviour. *Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 205-219.
- Vareiro, L., Remoaldo, P., & Cadima Ribeiro, J.
2013. Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): A cluster analysis. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551.

Recibido: 05/10/2017
Reenviado: 19/07/2018
Aceptado: 25/07/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos



SANCTUARY
OF **BOM JESUS**
DO MONTE
IN BRAGA

NOMINATION TO THE WORLD HERITAGE LIST

Desenvolvimento do Turismo e a Interface com a Instância De Governança estadual: Um estudo no Rio Grande do Norte/Brasil

Ana Catarina Alves Coutinho* Francisco Fransualdo Azevedo**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil)

Resumo: Na nova ordem econômica internacional que tornou as economias assimétricas impactando nas dinâmicas locais, ocasionando também uma interferência no processo de planejamento e gerenciamento da atividade turística. Neste sentido, este trabalho analisa como o processo de desenvolvimento da atividade turística, caracterizada pela forma de uso do território turístico por meio do seu gerenciamento, influencia na dinâmica e funcionamento de uma instância de governança em turismo. A pesquisa realizou coleta de dados do tipo documental, bibliográfica e entrevista com os membros do conselho estadual de turismo do Rio Grande do Norte (RN), cujos dados foram tratados com a técnica de análise de conteúdo, baseada no método dialético. Os principais resultados evidenciam que as características do processo de desenvolvimento da atividade turística no RN repercutem diretamente na instância de governança estadual evidenciado através da sua estrutura de funcionamento, da dinâmica, bem como das ações que são engendradas dentro do conselho.

Palavras-chave: Desenvolvimento turístico; Instância de Governança; Planejamento turístico; Rio Grande do Norte.

Tourism Development in Rio Grande do Norte and Interfaces with the State Governance Instance: A study in Rio Grande do Norte / Brazil

Abstract: In the new international economic order that made the asymmetric economies impact on the local dynamics, causing also an interference in the process of planning and management of the tourist activity. In this sense, this work analyzes how the process of tourism development, characterized by the way tourism is used the territory through its management, influences the dynamics and functioning of a governance in tourism. The research carried out data collection of the documentary, bibliographic and interview with the members of the state tourism council of Rio Grande do Norte (RN), whose were treated with the technique of content analysis, based on the dialectical method. The main results show that the characteristics of the process of development of the tourist activity in the RN have a direct impact on the state governance body evidenced through its functioning structure, the dynamics, as well as the actions that are generated within the board.

Keywords: Tourism development; Governance Body; Tourist planning; Rio Grande do Norte.

1. Introdução

O turismo tem sido um dos aspectos mais marcantes da sociedade contemporânea, fixando sua importância, por meio dos inúmeros reflexos que o setor tem gerado nas localidades. No estudo do desenvolvimento do turismo, conceitos como renda, receita, fluxo, demanda e oferta são largamente difundidos e, apesar das opiniões divergentes, acabam por retratar uma parcela da importância do setor, mas não sua complexidade. A dimensão econômica do turismo está associada aos mecanismos por meio dos quais o sistema capitalista tenta superar as crises econômicas, resultando em uma (re) produção e alimentação acelerada do capital.

* Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil); E-mail: coutinho.catarina1@gmail.com

* Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil); E-mail: ffazevedo@gmail.com

Assim, o mundo a partir da inserção da nova ordem econômica internacional tornou as economias assimétricas que passaram a ser fortemente afetadas por outras economias, tanto internas quanto externas, estando a todo tempo articulada. Os espaços se tornaram mais homogêneos e competitivos em uma relação de dicotomização. De um lado, exigem-se produtos e ações singulares para que possam se destacar nesse novo cenário por meio da heterogeneidade; e de outro a homogeneidade, transportando modelos de sucessos, incentivados pelas políticas federais.

O território deixa de ser do Estado e passa a ser transnacional, estabelecendo a revolução técnico-científica, visto que a ciência, a tecnologia e o conhecimento passam a ser trabalhados em conjunto, em um processo cada vez mais veloz, instantâneo, fluido, superficial e individual, impondo um novo ritmo à sociedade, no caso, as redes (Santos, 2010; Cacho & Azevedo, 2010, Azevedo et al, 2013).

Assim, com o objetivo de analisar como ocorre o processo de desenvolvimento da atividade turística em um estado brasileiro – Rio Grande do Norte (RN), este artigo busca caracterizar como acontecem as formas de uso do território turístico por meio do gerenciamento da atividade turística e como estas ações interferem na dinâmica e funcionamento da sua instância de governança estadual.

O estudo sobre governança permite compreender fenômenos complexos como o turismo, uma vez que possibilita uma gestão compartilhada e participativa, conhecendo, de perto, a realidade dos processos de gestão do turismo. Esse é o tipo ideal de gestão que reflete no processo desenvolvimento do turismo, que, conforme sua atividade é bastante complexa.

Importa destacar, ainda, que a atividade turística necessita de planejamento e de gestão eficiente; logo, as instâncias de governança se tornam fundamentais, uma vez que, por meio da interação de diversos setores e vozes no processo de implementação, gestão e controle, é possível tomar decisões, planejando o turismo de maneira articulada. A discussão de governança em turismo ainda é incipiente com um olhar crítico e profundo que considere as relações, processos e resultados sobre seus desdobramentos, e como essas relações podem influenciar as decisões. Desse modo, acredita-se que este trabalho possa contribuir para entender a dinâmica, processo e funcionamento do desenvolvimento turístico no RN e os reflexos no Conselho Estadual de Turismo (Conetur), obtendo diferentes atores na sua constituição para o processo de planejamento e gestão da atividade turística no estado do RN.

2. O papel do Estado no direcionamento da atividade turística: o uso do território turístico

Ao longo dos séculos, mudanças sociais fizeram o Estado assumir diversas posturas, no intuito de responder a um ambiente que têm diversos interesses e poderes de pressões diferenciados. Assim, surge o Estado moderno, o Estado absolutista, o Estado socialista, o Estado capitalista e o Estado liberal, como exemplos de regimes adotados para garantir um maior controle e legitimidade, tanto pelos meios de produção, quanto pelo meio social. O Estado, desta forma, assume diversos papéis em cenários diferenciados, considerando as diversas pressões que sofre.

Dias & Matos (2012) defendem que o papel do Estado deve ser de quatro tipos: regulador, facilitador, aliado e apoiador nas decisões públicas e afirmam que “os quatro papéis não necessariamente devem ser desempenhados separadamente, nem mesmo excluem-se os mecanismos de um em relação ao outro” (p. 193), deve ser pensado como uma mescla de fatores para atender os diversos interesses existentes no jogo político contemporâneo.

Por sua vez, Velasco González (2013; 2016) e Tretin (2016), em uma visão mais objetiva, ressaltam a necessidade de um papel de coordenador frente aos objetivos conflitantes que assume no mundo contemporâneo. A OCDE (2013) também reforça a necessidade de uma postura coordenadora como forma de melhorar os resultados das ações públicas e gere resultados positivos na constituição da governança turística.

No entanto, é importante considerar, que nos últimos anos, foi promulgada uma nova forma de se fazer política no mundo e conseqüentemente no Brasil, que influencia na forma do desenvolvimento das localidades que passou a ser baseada em ideais descentralizadores, mas que não foi acompanhada de capacidade institucional de cada governo municipal. Guimarães (2002) destaca que os resultados da descentralização são condicionados pela conjuntura onde está inserida e pelas visões de mundo contempladas em suas propostas. Corroborando com este pensamento, Arretche (1998) em estudo realizado, afirma que a descentralização brasileira tem como foco a disputa de elites locais, emergindo uma descentralização com diversos governos centralizados.

Entende-se, desta forma, que Estado é o elemento condutor das ações e iniciativas do turismo brasileiro, podendo influenciar de forma direta nas decisões, por meio de políticas públicas, ou de forma

indireta, em ações transversais, ou ainda, por meio de organizações no novo contexto social (Dias & Matos, 2012; Velasco Gonzalez, 2013). Com isso, a atuação do Estado e o direcionamento das políticas públicas de turismo contemporâneas são movidos por uma questão complexa, interdependente e dinâmica, correlacionando com diversos setores para o seu êxito, principalmente em um contexto onde discute-se a participação social como um tema recorrente no âmbito das políticas públicas, relacionando à possibilidade de consolidação do senso de pertencimento e responsabilidade coletiva (Velasco Gonzalez, 2016; Tretin, 2016; Baum, 1994; Emmedoerfer et al, 2016; Wan & Bramwell, 2015).

Entretanto, apesar de todas as mudanças institucionais, vivenciadas nos últimos anos, a partir da criação de instrumentos que passou a incluir a sociedade no processo de planejamento público considerando o processo de descentralização, observa-se fragilidades neste contexto que é marcado por contradições que vivencia uma democracia ainda recente e frágil, impedindo o debate aberto com controle e decisões participativas. Esse processo permitiu a formulação de três formas distintas de participação, teorizada por Alió (2005), demonstrada no quadro 01. Para a autora, este é o cenário do processo de avanço dos sistemas participativos contemporâneos.

De acordo com a Alió (2005), o primeiro modelo reúne uma série de mecanismos para que a participação e colaboração de todos os envolvidos se efetivem. Esse é um modelo ideal de participação, requerendo um alto nível de percepção por parte da gestão e envolvimento por parte da comunidade. Exemplos como esses são difíceis de acontecer. O segundo modelo pode ser classificado como misto ou de transição, em que aparecem formas pontuais para a inclusão dos cidadãos na política. Este é o caso de algumas consultas populares. O terceiro e último modelo de participação é limitada, e, embora seja bastante difundido, fica subordinado às formas e decisões da liderança administrativa, legitimada por meio do sistema de participação representativa. Essa é uma das formas mais usuais da atualidade.

Quadro 1: Modelos de participação social nas decisões públicas

<p>Modelo participativo de decisão: Municípios com regulamentos ou organismos de participação que possibilitem o acompanhamento e controle da gestão local, bem como a participação e colaboração dos cidadãos na definição das políticas locais que afetam todos os cidadãos.</p>
<p>Modelo participativo de suporte: Municípios com regulamentos ou organismos de participação, informação e consulta da gestão local, onde os cidadãos têm o direito de ser informado e consultado. O modelo busca o consenso e o apoio social as políticas de gestão local tomadas anteriormente pelo município. Este modelo cria frustração, incompreensão e conflitos entre os cidadãos envolvidos no processo e a prefeitura, que visa responsabilizar os cidadãos das decisões formuladas a partir do ‘conhecimento’ e ‘objetividade’ das administrações públicas.</p>
<p>Modelo participativo restrito: Municípios sem a existência de qualquer instrumento, sistema ou regulamento de participação e consulta cidadã. As consultas são pontuais, geralmente restringidas a grupos sociais econômicos específicos que exercem o ‘grupo de interesses’ locais. Os cidadãos devem defender seus direitos por canais não definidos com clareza e geralmente arbitrários, situação que provoca divergências e confrontos entre os cidadãos e a prefeitura.</p>

Fonte: Alió (2005). Tradução nossa.

No entanto é importante considerar a dimensão e a diversidade do território brasileiro que tornam a gestão da atividade turística um dos grandes desafios que são impulsionadas pelo processo de globalização, abertura dos mercados e internacionalização do capital que desempenham um papel determinante nas ações e estruturação do espaço. Emmedoerfer et al (2016), sinaliza que lidar com um federalismo de relações governamentais de configuração quadrigovernativa (quatro níveis: federal, estadual, regional e municipal) é um grande desafio, uma vez que remetem a problemas de coordenação e de planejamento de políticas.

O entendimento de desenvolvimento turístico nesta pesquisa está diretamente relacionado a forma como o território é ocupado, devido as questões contemporâneas que incidem sobre ele. Assim, um primeiro passo para discutir o uso do território, e nesse caso, o território ocupado pelo turismo, recorre-se, necessariamente, a sua definição, e conseqüentemente a sua constituição por meio de seus rebatimentos. De acordo com Santos (2002), o território é definido através de seu uso: “É o uso do território, e não o território em si mesmo, que faz dele objeto da análise social. Trata-se de uma forma impura, um híbrido, uma noção que, por isso mesmo, *carece de constante revisão histórica*”. (Santos, 2002:7, grifo nosso).

O território, assim, é um elemento fundante para a compreensão das relações sociais contemporâneas no desenvolvimento do turismo, principalmente considerando o Estado como norteador do direcionamento das ações de fomento ao turismo. Segundo Santos (2010), o território é um produto da sociedade definido por meio de suas relações. O seu uso pode ser definido, dentre outras possibilidades, pela implantação de infraestruturas, denominados de sistema de engenharia, mas também pelo dinamismo da economia e da sociedade. Entretanto, como se trata do uso do território pela atividade turística e não existe turismo sem deslocamento e fluxos, é evidente que haja modificações no espaço. Faz-se necessário, assim, diferenciar a infraestrutura indispensável à modernização do território daquelas criadas no intento de atrair investimentos. O primeiro uso visa à construção de relações horizontais ao passo que o segundo uso é ancorado no sistema de relações verticais.

Não é todo o território que é ocupado turisticamente. A atividade faz uso pontual e seletivo desse território, criando diversas formas, permitindo ser tanto uma prática social devido ao intercâmbio de pessoas, como também de segregação, dotando alguns espaços de infraestrutura, em detrimento de outros. Gera-se, assim, contrarrazionalidades e contraposições, face aos benefícios concedidos a setores pontuais.

Corroborando o pensamento de Raffestin (1993), o território, além de ser um produto social, incute relações de poder, em um campo de forças onde se projetou um trabalho. O poder é exercido pelo povo e não pode ser possuído ou adquirido, mas simplesmente exercido. Produzindo território, se está produzindo poder em uma problemática relacional. O jogo de poderes determinará os diversos interesses na atividade turística.

Assim, o território implica uma interação econômica, social, política e cultural que resulta em jogos de troca. Isso conduz a um sistema de redes, organizadas, hierarquicamente, permitindo o controle sobre aquilo que pode ser distribuído, possuído ou disponível, isto é, uma relação de poder (Raffestin, 1993). Com isso, as ações dos diversos atores e agentes que produzem o território turístico serão medidas por essas relações de poder, onde um ou outro setor pode ser bem representado.

Conjunturas antigas, de acordo com Raffestin (1993), podem sobreviver em novos espaços, visto que são sustentadas pelas relações vividas pelas populações, pelas relações econômicas existentes, pelos costumes, etc. É o intercâmbio e relação entre essas pessoas que imprimem certo sentido à atividade. Portanto, essa arena que constitui os conselhos, produzem territórios baseados em relações sociais de poder com expectativas e objetivos divergentes uma das outras. Conciliar esses interesses faz parte do território usado e deve constituir uma ação, norteadas pelo planejamento de suas políticas públicas que tem o Estado como direcionador de suas ações e que conforme preconiza a literatura, há uma defesa de uma postura coordenadora (Velasco Gonzalez, 2013; 2016; Dias & Matos, 2012; Tretin, 2016) diante do cenário conflitante e dinâmico em que se depara, principalmente no cenário de participação social (Alió, 2005).

3. Procedimentos metodológicos

Em consenso com autores de estudos metodológicos (Richardson, 2008; Godoy, 1995; Gil, 1994) este artigo se caracteriza como descritivo-exploratório quanto aos seus objetivos. E em relação ao tratamento do objeto, nomeia-se pesquisa qualitativa. O método escolhido para esta pesquisa é o dialético que permite analisar o cenário utilizando a própria realidade como argumento, isto é, confrontando a teoria (o que as normas, falas e relatórios afirmam) com a sua empiria (a operacionalização, concretização).

Caracteriza-se como estudo de caso, por ter uma unidade, no caso o Conselho Estadual de Turismo (Conetur), que se analisa profundamente, buscando novas descobertas, por meio das múltiplas fontes de evidências. Por se tratar de um tema complexo, percebeu-se a chance de realizar um exame dessa natureza com o objetivo de esclarecer e contribuir para o conhecimento acerca da governança, exatamente por se constituir uma temática recente de investigação no estado, obtendo, como participantes desta pesquisa, os sujeitos que integram o Conetur. Esses sujeitos compõem representações de diversos setores: público, privado e terceiro setor, totalizando, dessa forma, 35 representantes.

Para a análise da instância de governança como um reflexo do processo de desenvolvimento local foram definidos dois tipos de documentos. O primeiro visa analisar o seu desenho institucional, por meio de sua estrutura organizativa, sua composição e os processos de funcionamento – Regimento Interno de criação do Conetur do ano de 2009. E o segundo, compreende a dinâmica de funcionamento, ou seja, as atas das reuniões ordinárias e extraordinárias, totalizando 33 atas que existiam e/ou foram disponibilizadas.

Ademais, o estudo faz uso de pesquisa bibliográfica e são realizadas entrevistas com os membros do conselho estadual com roteiros semiestruturados, que foram gravadas e transcritas com o consentimento

e autorização dos participantes e posteriormente foi realizada a análise de conteúdo do tipo análise estruturadora do conteúdo, buscando tipos ou estruturas formais na codificação das respostas (quadro 02).

Quadro 2: Codificação para análise dos resultados

Setor de representação	Código
Setor Federal	SF
Esfera Estadual	EE
Esfera Regional	ER
Esfera Municipal	EM
Iniciativa Privada	IP
Terceiro Setor	TS

Fonte: elaboração própria.

Posteriormente, com base nos conteúdos obtidos, foi realizada a triangulação dos dados (documentos, bibliografia e entrevistas), como forma de prezar pela validade dos dados, trazendo respostas mais fidedignas para a questão de investigação deste trabalho.

4. A Gestão e o crescimento da atividade turística no Rio Grande do Norte

O desenvolvimento turístico no Brasil, conforme destaca alguns autores (Emmedoerfe et al, 2011; Cruz, 2000; Emmedoerfer et al, 2016), tem demonstrado dois marcos no que tange a gestão pública. O primeiro de 1930 até 1990 é caracterizado pela centralização do Estado e pela verticalização da política nacional de turismo, com estruturas de forte dependência dos interesses organizacionais e também com características pessoais dos formuladores da política pública nacional, período em que emerge a criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) e o Conselho Nacional de Turismo (CNT). O segundo marco, dar-se a partir de 1990, em um processo de horizontalização por meio do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), e posteriormente por meio da criação do Ministério do Turismo (MTur) com ideais participativos e valorização dos lugares e territórios.

Todo este sistema nacional de turismo estava inicialmente preocupado com a criação de um sistema de engenharia voltado ao ordenamento do território turístico para captar investimento estrangeiro para a construção de grandes empreendimentos hoteleiros, visando atender à intenção de uma ‘nova’ elite empresarial que estava emergindo no país, criando, assim, a política de megaprojetos turísticos.

O foco era o litoral nordestino brasileiro e, com isso, surgem as primeiras intervenções de planejamento e gestão de turismo no RN oriundas de diretrizes nacionais - de forma específica, o Projeto Parque das Dunas/Via Costeira (PD/VC) e o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur) que provocou fortes mudanças no espaço, caracterizando um cenário de internacionalização do turismo potiguar, que inicia na década de 1990, recebendo investimentos de agentes europeus, com destaque para os portugueses, espanhóis e italianos (Fonseca & Taveira, 2009; Maranhão & Azevedo, 2014).

Conforme aponta Fonseca (2006), a política de megaprojetos turísticos – PD/VC é um marco para o RN, visto que possibilitou a real expansão do turismo, bem como passou a ser referenciado como a primeira política de planejamento e gestão de turismo no estado. O projeto constitui-se na construção de uma via de 8,5 km que une as praias de Areia Preta e Ponta Negra para a construção de equipamentos, lê-se, empreendimentos hoteleiros, a partir de facilidades de empréstimos subsidiados pelo governo para a aquisição de terrenos nas localidades.

No entanto, devido à escassa infraestrutura do litoral nordestino o projeto não obteve o sucesso desejado, iniciando, assim, o Prodetur/NE, no ano de 1992, que teve como objetivo dotar o litoral nordestino de infraestrutura básica. Corroborando tal compreensão, Cruz (2000: 31) cita que “características históricas, representando menos resistência às novidades, somadas a qualidade naturais climáticas, fizeram do Nordeste brasileiro, ou melhor, do litoral nordestino, o alvo privilegiado das mudanças engendradas na década em tela”.

Fica evidenciado, assim, o interesse estatal em investimentos externos, na perspectiva de atrair um maior número de capital estrangeiro para o estado, dotando o espaço de sistema de engenharias para a instalação desses investimentos principalmente, hoteleiros. Impulsionados por uma lógica vertical, os espaços se tornam homogêneos e competitivos desenhando a importância que o Estado adquire no direcionamento da atividade, mediada pelo processo da globalização e dos mercados.

O processo de crescimento da atividade turística no estado é norteado pela concentração dos fluxos, dos interesses e dos investimentos na capital do estado, Natal/RN, em especial aos municípios integrantes ao Polo Costa das Dunas, que, por serem a porta de entrada de fluxos de turistas e terem recursos naturais relacionados ao segmento Sol e Praia, supervalorizado no cenário nacional e também internacional, ocupando lugar de destaque, concentrando um sistema de objetos e ações, redefinindo sua forma e conteúdo para o uso turístico (Santos, 2010).

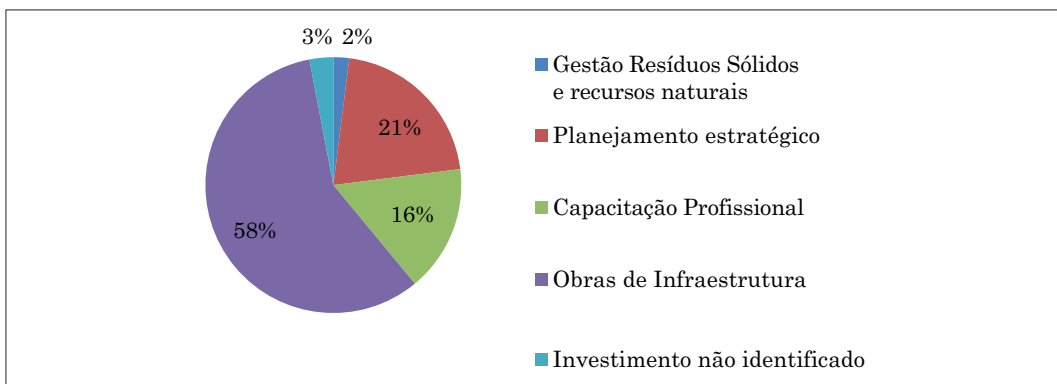
O território de uso turístico foi considerado como aspecto político-administrativo, ancorando seus benefícios no uso corporativo do território, maximizando as ações segmentadas na medida em que negligencia a concepção do espaço banal, que conforme evidencia Santos (2010), em uma análise espacial, afirma que é de todos, de todos os homens, das instituições, das organizações, ou seja, de toda uma coletividade.

A implantação desses novos objetos, principalmente aqueles voltados ao incentivo de maior circulação de pessoas, é uma necessidade da atividade turística, que, constantemente, precisa alterar a dinâmica da localidade. Para isso, a atividade sempre se vincula a uma rede de hegemonias que prepara o uso do território para o seu estabelecimento.

Gera-se, assim, contrarrazionalidades, já que não possibilita a participação de atores localizados fora desse eixo central, evidenciando o interesse estatal em ter um produto centrado e pouco diversificado. Com isso, o processo de regionalização fica concentrado nas grandes capitais e/ou zonas litorâneas, e o RN justamente por ter a capital situada em uma zona litorânea, concentra o fluxo, dirimindo os interesses e potencialidades das outras regiões, que começam a se desenvolver, tardiamente, apresentando condições distintas de desenvolvimento turístico entre as regiões.

Procedendo a análise verticalizada, é possível identificar que os agentes hegemônicos realizam as intervenções que lhe são convenientes, modificando, inclusive, esses espaços para a lógica das exigências dos visitantes, ampliando e modernizando aeroportos, melhorando as vias para os fluxos turísticos, facilitando deslocamento, marginalizando os usos e interesses dos atores/agentes endógenos que utilizam do mesmo espaço para seu convívio social (gráfico 01).

Gráfico 1: Investimentos do Prodetur II no Nordeste brasileiro, por setor.



Fonte: Banco do Nordeste, 2013.

Ademais, privilegia a formação de redes internacionais competitivas, que também justifica a lógica da verticalidade. Corroborando tal entendimento, Santos (2002) em sua análise teórica sobre território e espaço, cita que “além das redes, antes das redes, apesar das redes, depois das redes, com as redes, há o espaço banal, o espaço de todos, todo o espaço porque as redes constituem apenas uma parte do espaço e o espaço de alguns” (p. 256).

Por sua vez, a comunidade norterriograndense não consegue se articular na formação de capital social no sentido de se responsabilizar pelos processos atuais e futuros que ocorrem na localidade,

corroborando com a reprodução de esquemas clássicos de cooptação utilizados pelos poderes hegemônicos e os contrapoderes são pífios e não adquirem notoriedade diante da magnitude das forças opressoras. A democracia ainda é entendida como direito e o único dever é o voto, sem nenhum engajamento político, nenhum interesse de se envolver nos processos de forma coletiva e cooperada. Quando ocorre, visam aos benefícios particulares por meio de troca de favores políticos, em detrimento das questões do bem comum. Valores, tais como: confiança e civilidade são limitantes nessa relação, abrindo espaço para o poder hegemônico atuar (Maranhão, 2012), baseado em critérios meramente políticos e econômicos.

Nesse contexto, Souza & Rodrigues (2004) destacam que é raro que se pensem os ativismos sociais como fonte de soluções criativas de caminhos para solucionar os problemas. Eles não agem, apenas, como meros espectadores ou como críticos daquilo que não lhe agrada, mas também como atores propondo e buscando solução para a problemática mediante planejamentos alternativos.

Inexistem normas e procedimentos explícitos em que a sociedade possa ouvir e ser ouvida, em uma via de mão dupla, conforme evidenciado por Maranhão (2012). Tais ações são justificadas pelo binômio emprego e renda, largamente difundidos pelo poder hegemônico, como potencial mitigador das desigualdades sociais, através da baixa remuneração e condições precárias de trabalho. Todavia, sabe-se que uma visão centrada na renda não possibilita atingir o desenvolvimento autêntico e efetivo, capaz de reduzir as desigualdades existentes (Sen, 2000).

Com isso, o foco não reside, somente, na participação, mas também na observação de elementos estruturais que possibilitem a intervenção societária, considerando o poder do Estado na repressão e controle social, conforme aponta Alió (2005). Nessa conjuntura, a capacidade de governança dependerá, de um lado, da criação de canais institucionalizados, legítimos e eficientes; de mobilização e envolvimento da comunidade na elaboração e implementação de políticas, visando atender aos requisitos de uma sociedade democrática; e de outro, da capacidade de adaptação de sua estrutura governamental às exigências da economia, no sentido de orientar-se na busca de eficiência, de racionalidade econômica e política (Azevedo & Anastasia, 2002).

Com base no exposto, desenham-se, na figura 01, algumas características do processo de desenvolvimento turístico norte-rio-grandense que foram explicitados correlacionando com o uso do território turístico baseado em relações de poderes.

Figura 01: Características do processo de desenvolvimento turístico no Rio Grande do Norte



Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, conforme vem sendo evidenciado, o desenvolvimento do turismo, no Brasil, e de forma específica no RN está pautado no viés puramente economicista e centralizado, por meio de ações pontuais no território, tornando-o segregado e altamente seletivo. Tais ações são fomentadas pelos atores hegemônicos que utilizam do binômio emprego-renda para exercer as ações de poder no território potiguar. O foco

é o visitante em detrimento do uso coletivo do território, convergindo ações para atrair investimento externo, impossibilitando e excluindo a participação social no processo de planejamento e gestão da atividade turística, que não contempla procedimentos, normas e canais claros de participação.

5. Como o desenvolvimento da atividade turística reflete na instância de governança estadual de turismo - Conetur?

No cenário turístico, essas instâncias de governança, estimuladas pelo processo de *descentralização* foram instituídas por meio do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), tendo como foco, as regiões turísticas. Assim, nesse processo de segmentação política, é necessário implementar um eficiente sistema de gestão que permita o fluxo de informações necessário, possibilitando o seu controle sobre a qualidade e quantidade.

Em face do exposto, torna-se estritamente necessária a articulação entre os diversos, evitando que as relações de poderes, produzidas, nesse território, influenciem de forma negativa nas deliberações políticas. Entretanto, é nesse jogo político que sobressaem os grupos de poderes locais. São as ideologias de um processo, que, apesar de democrático, pelo menos no sentido do direito de voto, demonstra comportamento individualista, conduta do poder pessoal e de supervalorização de um setor em detrimento de outros.

Não obstante, a constituição de instâncias de governança é também uma das exigências do novo marco regulatório que forçou a inserção da participação social nas decisões políticas, criando, assim, quatro níveis de instâncias de governança em turismo.

No âmbito nacional, o CNT - órgão de colegiado superior de assessoramento que compõe a estrutura básica e o Núcleo Estratégico do Ministério do Turismo - tem como desígnio implementar um modelo de gestão pública descentralizada e participativa. Esse órgão congrega representantes do Governo Federal e de instituições públicas e privadas representativas dos diversos setores do turismo brasileiro, possuindo, atualmente, 73 membros, de maneira que possam, por meio de reuniões e de grupos de trabalho, nas câmaras temáticas, entre outros, contribuir na formulação e aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades dela derivados.

De acordo com Brandão (2010), e corroborando as análises da pesquisa de campo, embora o conselho nacional seja de caráter consultivo, tem grande influência sobre a Política Nacional de Turismo devido à sua capacidade de interferir na inclusão ou exclusão de assuntos da agenda governamental e nos planos nacionais, em níveis distintos e pautados em relações assimétricas.

Por ser um conselho com uma quantidade muito expressiva de membros e as reuniões ocorrerem trimestralmente, seus debates, normalmente, não ficam restritos ao momento da reunião. Entretanto, as câmaras temáticas não funcionam a contento, impossibilitando o uso de um instrumento que poderia trazer resultados substanciais. Há, portanto, um sistema de relações de poderes (Raffestin, 1993) pautado na hegemonia, que dialogam fora desta rede para concretizar as ações articuladas. Assim, o modelo de planejamento exclui a participação da sociedade em geral, o que acaba por definir sua verticalidade e não consolidando, plenamente, um sistema democrático, portanto, uma construção horizontal.

No âmbito Estadual, a instância de governança Estadual - representante legal - tem como responsabilidade, planejar e coordenar ações, em âmbito regional e local; articular, negociar e estabelecer parcerias; monitorar e avaliar as ações do Programa em âmbito local; e produzir e disseminar dados e informações. Desse modo, deve-se possibilitar que os agentes públicos, privados e do terceiro setor participem da elaboração, implementação e monitoramento da Política Nacional de Turismo por meio dos programas e ações do setor.

No RN, o Conselho Estadual de Turismo (Conetur), foco deste trabalho, é um órgão, instituído com o intuito de discutir assuntos relativos à atividade turística em prol do seu desenvolvimento, de acordo com os princípios da gestão descentralizada. Conforme o Cap. I Art. 1º de seu Regimento Interno, o Conetur é um órgão público colegiado de assessoramento, com caráter consultivo, vinculado, diretamente à Secretaria de Estado do Turismo (Setur).

Ainda há que considerar a existência de outras instâncias de governança em turismo em âmbito regional antes de proceder à análise focada no Conetur. O RN é composto, oficialmente, a partir de 2013, por cinco conselhos regionais compreendendo as regiões turísticas, a saber: o Conselho do Polo Costa das Dunas, o Conselho do Polo Agreste/Trairi, o Conselho do Polo Costa Branca, o Conselho do Polo Seridó e o Conselho do Polo Serrano.

Um conselho regional que merece destaque nesta análise é o Conselho Polo Costa das Dunas, que foi o primeiro conselho regional a ser criado no RN, ainda em 1999 e institucionalizado pelo Decreto nº 18.186/2005. Diferentemente do Conetur, que foi fortalecido pelo PRT, o Polo Costa das Dunas emerge dos investimentos oriundos do Prodetur (sendo anterior), que teve sob a gerência o Banco do Nordeste durante a primeira e segunda fase do programa cabendo-lhe dois papéis: o de secretaria executiva e de financiador das ações do

Prodetur que tinha a obrigatoriedade de perpassar pelo crivo do conselho. A coordenação desse conselho é de responsabilidade do governo do estado, e nesse caso, especificamente da Secretaria Estadual de Turismo.

Constata-se que esse é o conselho regional mais assíduo no estado, contabilizando mais de 60 reuniões ordinárias realizadas desde a sua criação. Suas reuniões devem ser sistemáticas (bimestralmente), obedecendo a uma linearidade nos debates que objetivam discutir problemáticas de acordo com os interesses da atividade e não, apenas, de um setor específico; há uma agenda de compromissos que é gerada tanto por parte da gestão quanto pelos membros conselheiros, discutidas nas câmaras temáticas, trazendo, respaldando e fortalecendo as ações desenvolvidas. Desse modo, o conselho nasce com objetivos claros, recursos (humanos) e capital específico para atuar, que, conforme prevê Boisier (2000), Putnam (2004) e Sen (2000), são fatores importantes no processo de desenvolvimento.

Convém sinalizar que a maioria dos representantes que congrega esse conselho regional faz parte do conselho estadual e, por isso, constantemente, há uma confusão a respeito do que vem a ser o conselho regional (Conselho Polo Costa das Dunas) e o conselho estadual (Conetur), evidenciada tanto na leitura das atas quanto na pesquisa de campo, sendo recomendação dos seus integrantes a sua unificação, visto que seus debates se tornam similares:

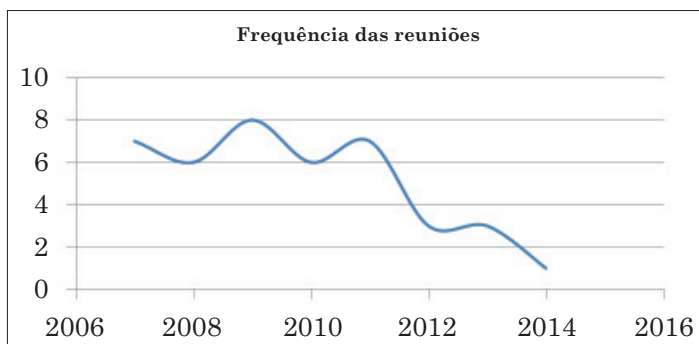
“Nós somos os mesmos basicamente, entre o Polo Costa das Dunas e o Conetur, então fica uma pauta repetitiva, fica meio exaustivo, até as pessoas mesmo se confundem. Eu me pego pensando a lógica disso, se somos os mesmos e a lógica é a mesma [...] Eu tenho muito mais recordação das ações que foram discutidas no Polo Costa das Dunas. Por exemplo: uma lei que obriga os taxistas a se capacitarem, foi o Polo Costa das Dunas; reordenamento da orla, foi o Polo Costa das Dunas; a estrada que liga Tibau, foi o Polo Costa das Dunas. Então, o polo era a instância responsável pelo Prodetur, e o Prodetur significava dinheiro, então tinha uma efetividade e desdobramento. E o dinheiro atravessa relações e dinheiro facilita as ações” (TS, 2015, grifo nosso).

Para tanto, essa confusão emerge porque o turismo do estado acontece, principalmente, na capital e regiões circunvizinhas, conforme evidenciado nas entrevistas, que é também a área do Conselho Polo Costa das Dunas e foco de interesse de todo o estado. Sem embargo, são instâncias de governanças distintas, já que uma deve discutir problemática e soluções de todo o estado e a outra, apenas, de uma região, mas que não conseguem ser visualizadas por seus membros participantes, justamente pela característica de concentração do fluxo e interesse do turismo na capital do estado.

Ao analisarmos especificamente o Conetur, percebe-se que igualmente a criação dos demais conselhos de turismo no Brasil remonta da década de 1990, especificamente de 1989, fruto de uma mudança institucional do Estado. No entanto, o seu primeiro Regimento Interno foi criado apenas no ano de 2006, e reformulado em 2009, denotando o caráter de permanente reestruturação normativa.

O Conetur atua nos seguintes procedimentos, segundo seu documento normativo: são realizadas reuniões ordinárias bimestralmente e as reuniões extraordinárias quando convocado pelo presidente, obtendo no mínimo 20% de quórum. O local de realização se dá via rodízio de espaços disponibilizados junto a instituições que compõem o conselho, visando o aumento do comprometimento dos conselheiros e redução dos custos. No entanto, observando o registro das atas disponibilizadas, há uma oscilação no que tange à frequência das reuniões, que pode ser observada no gráfico 02.

Gráfico 2: Frequência das reuniões do Conetur



Fonte: Dados da pesquisa.

A análise do gráfico revela que, há uma maior freqüência nos primeiros anos de estudo da pesquisa, e nos últimos três anos, observa uma queda drástica de freqüência das reuniões, chegando a operacionalizar, apenas duas ao ano. Convém também destacar, conforme evidência das atas, que as reuniões têm ocorrido, majoritariamente, na capital e majoritariamente no centro de convenções, localizada em área nobre e turística da cidade.

A sua estrutura está formada por um plenário, local onde os membros titulares se encontram face a face e fazem suas colocações; uma mesa diretora, formada por um presidente, vice-presidente e secretaria executiva; e as comissões técnicas que tem a função de auxiliar o plenário em relação a temas mais específicos, permitindo que os membros do conselho se tornem mais aptos a discutirem e decidirem sobre determinados assuntos.

As comissões técnicas foram, de fato, criadas no ano de 2007 e reformuladas, ao longo do tempo. Essas comissões devem discutir assuntos de sua competência, levando projetos, planos, sugestões e informações às reuniões. No entanto, desde o ano de 2011, as comissões técnicas foram extintas, devido a três fatores, conforme relato em entrevista com os conselheiros: a) dificuldade de reunir os integrantes para realizar as reuniões; b) não existir nenhum tipo de cobrança neste sentido; e c) uma ausência de direcionamento/gestão das ações de turismo de maneira geral que vai ao encontro da ausência de uma política estadual efetiva.

A gestão está sobre a Secretaria Estadual de Turismo, e embora busque trabalhar de forma descentralizada, a sua gestão não está focada para tal, uma vez que em seu regimento não menciona a participação como prioridade de suas ações, apenas que está voltada ao desenvolvimento da atividade turística de forma geral. Além disso, a indicação nata de uma secretaria para ocupar o cargo, não só fere o princípio representativo, como também indica monopólio, configurando o poder hegemônico frente aos demais segmentos que estão sendo representados dentro do conselho. É importante destacar que existindo mudança de secretário de turismo do Estado, o conselho estará condicionado também a estas alterações, que trará consigo um novo modo de pensar, de discutir, isto é, de gerir, incitando, em muitos casos, ações descontínuas.

A formação do conselho, também é um dado importante que deve ser considerado na sua atuação. De acordo com o Regimento Interno não é paritária e por isso contém discrepâncias entre o número de assentos para o setor público e iniciativa privada, em comparação com o terceiro setor. O Conetur contém 35 conselheiros, obedecendo a seguinte proporcionalidade:

i - Esfera Federal – 03 membros; ii - Esfera Estadual – 05 membros; iii - Conselhos Regionais de Turismo – 05 membros; iv - Esfera Municipal – 02 Municípios Indutores de Turismo; v – Terceiro Setor – 05 membros a serem escolhidos dentre organizações não governamentais – ONG's e associações comunitárias, garantindo, no mínimo 01 vaga para a comunidade científica; que tenham atuação nas áreas de turismo, e que demonstrem interesse nos impactos do turismo; vi - Setor Privado – 15 membros (federações, associações e sindicatos, trade turístico, sistema "S"). (Título II Da Composição e do Funcionamento, Capítulo I da Representatividade e Composição do Conetur, Arts. 5º e 6º do Regimento Interno).

Os representantes do governo e iniciativa privada são sobre-representados, definindo, em muitos casos, a capacidade de cada ator nos processos participativos ficando evidente a sobre-representação dos atores públicos e privados nesta arena.

Ademais, é importante sinalizar como são escolhidas as entidades de origem dos conselheiros, constituindo um dado relevante no que tange a representatividade e legitimidade da mesma. O Regimento Interno é claro ao afirmar que estabelece formas diferenciadas para eleger membros de cada segmento. No caso do setor público ocorre por agentes públicos titular de cargo da direção administrativa. No setor privado, pela relação da entidade com o setor turístico e indicação. E o terceiro setor por meio de seleção, que além de comprovar envolvimento com a atividade, deve passar por votação dos demais setores envolvidos. Com isso, a autonomia de representantes de entidades não-governamentais fica comprometida e o processo representativo, torna-se pouco legítimo.

Com base no exposto, observa-se uma série de irregularidades no desenho do conselho tendo, como base, o seu próprio Regimento Interno, que estabelece normas, conforme pode ser visualizado no quadro 3.

Desse modo, embora exista um documento que venha regulamentar as ações deste conselho, elas não são cumpridas, existindo uma desconexão entre o que se pretende ou se propaga e o que, de fato, está ocorrendo no interior do conselho.

Quadro 3: Correlação entre determinações do Regimento Interno do Conetur e sua operacionalização

Quesitos	Determinações do regimento interno do Conetur do ano de 2009	Operacionalização do Conetur
Frequência da reunião	Bimestralmente	Ocorre de acordo com o perfil da gestão do momento.
Local da reunião	Via rodízio de espaços	Normalmente no mesmo local – Centro de Convenções de Natal/RN/Brasil
Formação da mesa diretora	Se o presidente for do setor público o vice-presidente deve ser do setor privado, e vice-versa.	Sempre do órgão Estadual de Turismo
Tempo de validade da direção do conselho	Dois anos não podendo se reeleger	Dependência do Órgão Estadual de Turismo, quando este muda, consequentemente há uma troca de gestão do conselho.
Comissões técnicas	É facultada a existência, mas que é um excelente instrumento para a realização de estudos, pesquisas, programas e projetos relacionados ao turismo.	Foi extinta
Formação do conselho	Equilíbrio	Existem 35 membros, sendo 15 do setor privado, 15 do setor público e apenas 5 para o terceiro setor.

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com Avritzer (2007) o ideal de igualdade está na apresentação de temas e o debate por todos os sujeitos, por isso outro fator importante na análise das regras que estruturam a dinâmica de funcionamento está no fato de quem propõe a pauta das reuniões e como se chegam às decisões. No Conetur, a proposta da pauta está a cargo da secretaria executiva, que também recebe sugestões.

O que se pode observar, de acordo com a análise dos dados documentais e empíricos, é que os conselheiros têm poder de voz maior que o de proposição, isto é, embora os conselhos sejam espaços de oportunidade de expressão, ainda é o Estado que detém a centralidade manifestada na maioria dos temas para debate, conforme evidencia a análise documental e de conteúdo:

“Todo debate que gira em torno do assunto é meio que jogado fora. *Porque nós dizemos que é de um jeito e no final acontece como o governo quer* [...] Hoje governo vai, coloca na pauta, faz uma exposição e não coloca em votação. Então o que eu estou fazendo nesse conselho? Eu só venho escutar o que o governo quer e pronto? Sinceramente está entrando em descrédito” (IP07, grifo nosso).

“O Conetur não é um órgão deliberativo, apenas consultivo. Então nós lançamos as propostas, debatemos as propostas e ai *fica a cargo do Estado de fomentá-las*. Só que o Estado não tem dinheiro, diz que não tem dinheiro para conseguir manter esse processo. *E acaba que todas as nossas discussões são esquecidas ou acabam não sendo tocadas a fundo*” (TS01, grifo nosso).

O tipo de decisões contribui para verificar o grau de efetividade do conselho e indicar o grau de influência na formulação da política e no controle público sobre as ações do Estado. Pode-se decidir, assim, sobre um leque variado de temas, como por exemplo, relacionado à política pública, até questões mais específicas que podem tratar da estrutura de funcionamento do conselho.

Observa-se no conselho que as questões mais discutidas estão relacionadas à elaboração de projetos e ao encaminhamento de ações das comissões indicando, de modo geral, um baixo grau de efetividade, uma vez que suas decisões produzem menor impacto sobre a política. As questões que foram mais discutidas em uma parte das reuniões, tais como a organização interna e encaminhamento de documentos,

Quadro 4: Tipo de decisões que são debatidos em reuniões

Tipo de decisão	Total
Projetos	*****
Encaminhamentos das ações das comissões	***
Encaminhar documentos	***
Criar comissão	*
Infraestrutura	*
Qualificação profissional	*
Seguranças	*
Parcerias	*
Prestação de contas	*
Outros	**

Fonte: Dados da pesquisa.

denotam o caráter permanentemente reestruturativo do conselho. Por último, as questões que foram menos discutidas denotam que muito das ações pensadas pelo coletivo, quase nunca chega a se efetivar, conforme evidencia a análise da pesquisa de campo:

“Eu vejo que a gente fica muito na mão de Brasília. A equipe do Prodetur é um pessoal muito interessado, muito empenhado, mas se o pessoal de Brasília não colocar para frente, não sai. Depende tudo de Brasília e pouquíssima coisa passa por aqui” (EE04).

“Ai eu te pergunto: *a gente tem o Conetur por que é uma exigência federal? Qual é a pertinência? Não tem dinheiro, não tem equipe. Ai é complicado, menino grandinho, cumprindo obrigação. Temos que saber a razão das coisas estarem sendo feitas*” (TS04, grifo nosso).

Neste contexto, constata-se a presença de muitos discursos desarticulados com a prática e/ou ação para o desenvolvimento do turismo. Uma possível explicação para identificar este baixo grau de efetividade ocorre devido a dois fatores: o fato de o conselho se encontrar no estágio ainda de consolidação e o papel obscuro do governo não construindo mecanismos fortes de indução para solucionar os problemas apresentados, atuando apenas nos setores quando lhe é conveniente. Corre-se o risco, assim, de que o Conetur seja um espaço apenas para legitimação de decisões, de modo a cumprir normas que viabilizam o acesso do governo a recursos de todo tipo.

6. Conselho estadual de Turismo e o processo de desenvolvimento turístico no RN

É evidente o poder que o Estado tem na delimitação e encaminhamentos das ações de turismo no RN, que também está diretamente associado ao processo de formação do Estado brasileiro, em que sempre buscou formas de responder às distintas pressões mantendo as relações clientelísticas, patrimonialista e centralizada. Confronta-se, com o que propõe autores como Velasco Gonzalez (2013; 2016), Tretin (2016), Dias & Matos (2012), os quais defendem uma postura mais coordenadora nas suas ações, principalmente neste novo cenário de planejamento e gestão pública em que o Estado vivencia. A postura estatal está arraigada no seu primeiro marco com estruturas verticais e forte dependência dos interesses organizacionais (Emmedoerfe et al, 2011; Cruz, 2000; Emmendoerfer et al, 2016).

Corroborando as ideias de Raffestin (1993), estruturas antigas são reproduzidas, laços, valores e práticas são a repetidas, embora sejam moldadas pela forma com que o território é habitado, não permitindo que o novo ocorra verdadeiramente. Com isso, esse formato influencia na constituição, desempenho e resultado das instâncias de governança que são criadas em todo o território brasileiro, como forma também de operacionalizar o processo de “*descentralização*” que Brasil vem promulgando nos últimos anos.

Esse é um jogo político que produz *poder* no território (Raffestin, 1993). Assim sendo, as decisões tomadas pelos representantes devem ser mutuamente acordadas, mas nem sempre isto ocorre, uma vez que alguns representantes têm voz mais ativa pelo poder de sua representação no conselho e nas instituições/entidades públicas e privadas. Esse poder se deve não só ao fato de existir mais participação e engajamento que esta representação tem dentro do conselho, por meio da frequência e exposição de ideia nas reuniões, mas também pelo fato de serem, na maioria dos casos, representantes do setor produtivo turístico, muitas vezes em “simbiose” com o próprio Estado, com interesse econômico envolvido que determina as regras no uso do território. Isso significa que existe um poder da representação subjacente às decisões tomadas pelo grupo.

É importante considerar também, o modelo de participação restrito, conforme teoria de Alió (2005), por meio de consultas pontuais, geralmente restritas a grupos sociais econômicos, ficando, assim, subordinado às formas e decisões da liderança administrativa.

7. Considerações finais

É perceptível que as relações que se estabelecem no interior do processo de desenvolvimento da atividade turística no RN interferem no Conetur (e vice-versa) através da sua estrutura de funcionamento, da dinâmica de funcionamento, bem como das ações que são engendradas dentro do conselho que repercute o discurso hegemônico da atividade turística, objetivando concentrar o turismo na capital, supervalorizando o segmento turístico de sol e praia e continuar focando no interesse de investimentos externos. Percebe-se ainda que as normas e procedimentos de participação social continuam excluindo a sociedade do processo de planejamento e gestão das localidades.

O que acontece no RN é reflexo da política nacional que por sua vez influencia diretamente nas decisões e desdobramentos das ações estaduais e regionais. O RN está em sintonia com o Brasil, que tornou as economias mais assimétricas, e busca este trabalho em rede.

Desse modo, para que a participação seja democrática, ela precisa ser livre e deve canalizar-se mediante procedimentos preestabelecidos e conhecidos daqueles que participam, requerendo estruturas de suporte e decisão. Em face da democracia representativa contemporânea, torna-se necessário contar com pessoas competentes que criem condições favoráveis para a articulação entre os atores envolvidos, promovendo princípios de mudança nas localidades, através da implementação das atividades planejadas.

Apesar de toda a dificuldade de operacionalização, os conselhos de turismo se tornam, dessa maneira, um importante instrumento de articulação e discussão das ações em cada esfera. Por esse motivo, há a necessidade de interação entre os diferentes atores, imbuídos de responsabilidade, participação e confiança em todos os elos da cadeia de relacionamento, dialogando, discutindo e definindo as diretrizes para o desenvolvimento da atividade em consonância com a Política Nacional de Turismo.

Bibliografia

- Alió, M. A.
2005. Uma altra Visio sobre lês relacions entre La societat i La natura. Aportacions des d’una recerca participativa sobre El planejament ambiental. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*. 60: 129-143.
- Arretche, M. T. S.
1998. “Tendências no Estudo sobre Avaliação”. En: Rico, Elizabeth M. (Eds.). *Avaliação de Políticas Sociais: Uma questão em debate*. São Paulo, Cortez: 38-57.
- Avritze, L.
2007. “Participação e distribuição nas políticas públicas do Nordeste”. Projeto democracia participativa. Belo Horizonte.
- Azevedo, F.F. et al.
2013. “Turismo em Foco: globalização e políticas públicas”. En: Azevedo, F. F. et al (Eds.). *Turismo em foco*. NAEA, Belém.
- Azevedo, S. & Anastasia, F.
2002. “Governança, “Accountability” e Responsividade: reflexões sobre a institucionalização da participação popular em experiências desenvolvidas em Minas Gerais”. *Revista de Economia Política*, 22(1): 85.

- Baum, T
1994. The development and implementation of national tourism policies. *Tourism Management*, 15 (3): 185-192.
- Boisier, Sergio.
2000. “Desarrollo (Local): de qué estamos hablando?” En: Becker, Dinizar Fermiano; Bandeira, Pedro Silveira (Eds.). *Desenvolvimento Local e Regional: Determinantes e desafios contemporâneos*. Santa Cruz do Sul, EDUNISC.
- Brandão, Pâmela de M.
2010. *Análise da rede política do turismo brasileiro*. Dissertação (mestrado em Turismo). Programa de Pós Graduação em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal.
- Banco do nordeste.
2013. Prodetur NE II – Situação atual: etapas de planejamento. Disponível em: [HTTP://www.bnb.com.br/contact/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne2/gerados/situacao_atual](http://www.bnb.com.br/contact/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne2/gerados/situacao_atual). [consulta: 10 de Dezembro 2016].
- Cacho, A. do N. B. & Azevedo, F. F. de.
2010. “O turismo no contexto da sociedade informacional”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 4(2): 31-48.
- Cruz, Rita de Cássia.
2000. *Políticas do turismo e território*. São Paulo. Contexto.
- Dias, R. & Matos, F.
2012. *Política pública: princípios, propósitos e processos*. São Paulo: Atlas.
- Emmendoerfer, M. et al.
2016. Destinos indutores e desenvolvimento turístico regional: um problema de intergovernabilidade? *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 14(3): 737 – 750.
- Emmendoerfer, M. et al.
2011. “Evidências de Inovação Social na Gestão Pública do Turismo em Minas Gerais – Brasil: O Modelo de Circuitos Turísticos em Análise”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 9(2): 397-410.
- Fonseca, Maria A. P. da.
2006. *Espaço, Políticas de turismo e competitividade*. Natal: EDUFRN.
- Fonseca, M.A. P. da, & Taveira, M. da S.
2009. “O modelo turístico potiguar e seus efeitos sócio espaciais nas comunidades litorâneas”. *VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP.
- Gil, Antonio C.
1994. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Guimarães, Maria C. L.
2002. “O debate sobre a descentralização de políticas públicas: um balanço bibliográfico”. *Organizacoes & Sociedade*. 9(23).
- Godoy, Arilda S.
1995. “Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais”. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, 35 (3).
- Governo do Estado do Rio Grande Do Norte.
2009. Gabinete Civil. Coordenadoria de Controle dos Atos Governamentais. *Regimento Interno do Conetur*. Decreto nº 21.382, de 10 de Novembro de 2009.
- Governo do Estado do Rio Grande Do Norte.
2006. Gabinete Civil. Coordenadoria de Controle dos Atos Governamentais. *Regimento Interno do Conetur*. Decreto 18.893, de 14 de Fevereiro de 2006.
- Maranhão, C. H. da S.
2012. *Turismo, capital social e produção do espaço: uma leitura a partir do município de Natal/RN no período de 1980 a 2012*. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 166f. Natal, RN.
- Maranhão, C. H. da S. & Azevedo, F.F.
2011. “Os processos de planejamento e gestão do turismo em Natal (RN) e o fomento do turismo de base local: uma articulação necessária”. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, 7(1): 103-118.
- OCDE,
2013. Governança multinível para políticas de desenvolvimento regional mais eficazes. In Relatório territorial da OCE: Brasil, 2013. OCDE Publishing. 161-231. doi: 10.1787/9789264189058-pt
- Putnam, R.
2006. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro: FGV.

- Raffestin, Claude.
1993. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática.
- Richardson, Roberto J.
2008. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo. Atlas.
- Santos, Milton.
2002. *A natureza do espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo. USP.
- Santos, Milton.
2010. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 19ª ed. Rio de Janeiro, Record.
- Sen, Amartya.
2000. *Desenvolvimento como liberdade*. 1ªed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Souza, M. J. L. de; Rodrigues, G. B.
2004. *Planejamento Urbano e Ativismos sociais*. São Paulo: UNESP.
- Tretin, F.
2016. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (3): 645-658.
- Velasco Gonzalez, M.
2013. *Gestión pública Del turismo. La gobernanza*. In Fernández, J. & Sánchez, Y. (Eds.). *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Velasco, M.
2016. Entre El poder y la racionalidad: gobierno Del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública Del turismo. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14 (3): 577-594.
- Wan, Y. & Bramwell, B.
2015. Political economy and the emergence of a hybrid mode of governance of tourism planning. *Tourism Management*. 50: 316-327.

Recibido: 30/05/2018
Reenviado: 01/10/2018
Aceptado: 03/10/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos



*Turismo, patrimonio y
representaciones espaciales*

Ilia Alvarado Sizzo
Álvaro López López
(Editores)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
Colección PASOS edita, n° 22

The rethinking and enhancement of the natural and cultural heritage of the cultural landscapes: the case of Sečovlje and Janubio salt pans

Luis Gregorio Abad Espinoza*
University of Milan-Bicocca (Itália)

Abstract: Cultural landscapes represent a complex category where the nature-culture dichotomy seem to not be able to unfold the main features and the profound relations that humans have with the environment. Drawing on ethnographic data collected in the salt pans of Sečovlje (Slovene Istria) and Janubio (Lanzarote-Canary Islands) this article examines informant's perceptions about the awareness of the importance and the enhancement of the holistic values of both salt pans, as well as the impacts and benefits of tourism. Comparing these perceptions about both cultural landscapes, I try to suggest that the complex fruitfully relations between humans and nature in these salt pans are at odds with the neoliberal logic of nature which exploit and commoditize its resources depriving them of their respective agency. A sustainability to contrast the harmful activities of the market ought to be understood not as a simply isolation and fencing of nature for the sake of conservation, but as a preservation that need to foster the continuity of the deep interactions between human culture and non-human nature which are the core of the cultural landscapes.

Keywords: Cultural landscapes; Sečovlje salt pans; Janubio salt pans; Culture-nature relations; Enhancement of the values.

El replanteamiento y la mejora del patrimonio natural y cultural de los paisajes culturales: el caso de Sečovlje y Janubio salt pans

Resumen: Los paisajes culturales representan una categoría compleja en la que la dicotomía naturaleza-cultura parece no poder desplegar las características principales y las relaciones profundas que los humanos tienen con el medio ambiente. A partir de los datos etnográficos recopilados en las salinas de Sečovlje (Istria eslovena) y Janubio (Islas Canarias, Lanzarote), este artículo examina las percepciones de los informantes sobre la conciencia de la importancia y la mejora de los valores holísticos de ambas salinas, así como la Impactos y beneficios del turismo. Al comparar estas percepciones sobre ambos paisajes culturales, trato de sugerir que las complejas relaciones fructíferas entre los seres humanos y la naturaleza en estas salinas están en desacuerdo con la lógica neoliberal de la naturaleza que explota y comercializa sus recursos privándolos de su agencia respectiva. Una sostenibilidad para contrastar las actividades dañinas del mercado debe entenderse no como un simple aislamiento y cercado de la naturaleza en aras de la conservación, sino como una preservación que debe fomentar la continuidad de las interacciones profundas entre la cultura humana y la no humana. Naturaleza que son el núcleo de los paisajes culturales.

Palabras Clave: paisajes culturales; Salinas de Sečovlje; Salinas de Janubio; Relaciones cultura-naturaleza; Mejora de los valores.

1. Society and nature a trivial dichotomy or a complex relationship?

Since the beginning of mankind people usually moved to different parts of the world to look for shelter, food and mostly explore the unknown. Indeed, the human being has been able to put the roots in every territory and landscape which they transformed and adapted to survive or in the words of Ellen

* University of Milan-Bicocca (Itália); E-mail: l.abadespinoza@campus.unimib.it

(1996) utilizing nature, by transforming and assimilating it into culture. Be that as it may, it seems that almost all ecosystems and landscapes around the world have been influenced or even “domesticated” by humans (Kareiva et al., 2007), however, this kind of domestication of the environment it is to be understood not only in utilitarianistic Marxian terms as the historical materialism or human praxis in nature (Marx, 1994), where the latter is only a mean to subdue and extract its resources for the sake of the so called positivistic/evolutionistic development which has characterized the western “civilizing enterprise” of the industrial revolution up to now. On the contrary the natural environment has always played an important role for every society around the world, not only as a mere passive object to take advantage of its resources, but mostly for the meaning that different cultures attached to it, creating profound relations with the natural world that shaped their cosmologies, rituals, social structures, namely the way of “dwelling” and “being in the world” (Heidegger, 1962, 1971), or the different ontologies which are the essential features of human nature. It is this kind of interactions and relations that each culture has with its own nature, which can be regarded as one of the most important issues in our own contemporary society.

Due to the environmental problems, fostered by the neoliberal machine which indiscriminately imposes its own logic of nature everywhere, these are development, exploitation and destruction of the natural environment, that the importance of the traditional practices and engagement with the nature that some communities have been maintaining until these days still represent the moral values which evidently contrast the harming activities of the neoliberal market and its own never-ending logic of development. For these people, nature is more than a thing to observe, measure and quantify or better to sell and buy as a mere commodity in the market, therefore the stark cartesian-western dualism of culture and nature is incapable to understand the very complex interplay that exists between these two categories. Nature and culture often cannot be resolved into a single dichotomy (Strathern, 1980), for this reason a somewhat radical western naturalistic ontology hinder us to better understand and explore the deep engagement and relations that some societies even in the “developed and modern” west have with their natural environment and how important are the conceptions of nature and its practices of environmental interactions (Ingold, 1992) to provide a different alternatives of thinking about the nature and its importance for all living and non-living beings.

Needless to say, the people who are used to dwell and live in natural environments such as the cultural landscapes and its traditional activities which I will treat in this article, have different conceptualizations of the nature in which they interact and perceive in their everyday lives. For them, as I argued above natural environment is not a mere *brute fact*, as the philosopher John Searle points out when he refers to the objects or reality independent of human consciousness (Searle, 1995). This kind of materiality and opacity of the nature it is not to be understood in isolation and devoid with meaning and values that each society endow it, as Descola (1992) perfectly explains: “the principles of the construction of social reality are primarily to be sought in the relations between human beings and their natural environment”. Indeed, nature is the place where the mental and the material (Godelier, 1984) collide and conjoin each other forming a constant interaction where one of the most important aims is the equilibrium of the entire ecosystem, moreover these are the deep relations with the environment which most traditional and decentralized social systems have used to deploy so far, in fact they tended to develop means of regulating local ecosystems which were better geared to sustainability than modern economics (Rappaport, 1968, 1979).

Nevertheless, sustainability in a strict sense of term of the western Eurocentric conception of protection and conservation of the environment is a merely chimera, thus usually nature is treated as a mere piece of museum to protect and encapsulate in the time for the only purpose to maintain a virgin or pristine untouchable nature with no human interaction. However, I think this is the somewhat naturalistic western paradox, whence on one hand the ontological separated domain of nature is only a wild object that must be dominated and transformed by human culture and economic rationality, on the other, nature must be protected and maintained in a state of purity and wilderness without human action, hence any human impact and activity although harmless must be regarded as a threat for the preservation of the virgin nature. Thus, in either cases the culture-nature dualism is strikingly evident and could be understood in the metaphoric terms of human *exploitation* in the former and human *contemplation* in the latter.

It is this dichotomy between culture and nature that need to be challenged to attain a better scrutiny in the complex relations which exists among humans and non-humans, that is the characteristic complexity of the whole nature and its living and non-living beings. In the last decades, ecological anthropology has showed that most of the so called tribal or traditional societies around the world deploy different

conceptualizations of nature and therefore the western dualism cannot apply for them (see, for example, Reichel-Dolmatoff, 1971; Seeger, 1981; Karim, 1981; Howell, 1984, Århem, 1990 and Descola, 1994). In this respect, it could be argued that only these societies have different conceptions of nature and the western dualism it is to be applied only in the west? Or to put it different, could be diverse conceptions of nature applied in the western cultural landscapes? The relations between local communities and the environment of these landscapes are more complex than a trivial western dichotomy? These questions I will try to answer in this article, analysing and comparing the salt pans and cultural landscapes of Sečovlje (Slovene Istria) and Janubio (Lanzarote-Canary Islands) to demonstrate that these western cultural landscapes represent a holistic interaction between humans and their environment, where the traditional activities of salt harvesting are still being maintained nonetheless the neoliberal activities of industrial salt production and mass tourism.

An ecological approach in anthropology will not neglect the complex interactions that these communities of salt workers have with the natural environment of the salt pans and moreover what different actors such as tourists and stakeholders of both territories think about the awareness of the importance of these values. This obviously emphasize that nature is not passive at all even in a western context, whereby it could be said that nature may be good to think (Lévi -Strauss, 1962) or as Descola (1992) points out a nature that may be good to socialize. Thus, cultural landscapes in this sense show how nature is also good to dwell, live and interact, such as the manifold activities which are still practiced within in by the local communities, for this reason it is worth analysing below the evolution of the concepts of the cultural landscapes which have been changing through the years.

2. Cultural landscapes an irreducibility interaction of values

Despite all the problems that humans have had to cope with nature, therefore the interplay between these two categories have not always been easy, nonetheless in some places of the world they finally reached some type of harmony with it, in fact some landscapes are considered sacred for a lot of communities spread around the globe and the relationship between each other have been maintained over the years. Furthermore, these kinds of relations are mostly intertwined and hence permeate the economic, social, ecological and geographical factors, which determine the continuous development of the landscape and its conservation in the time. Thus, if humans modify the world around them on an enormous scale, and have done so through co-evolutionary interactions for many thousands of years (Ellen, 1996), on what grounds a landscape might be regarded as cultural? If as I argued above every landscape around the world underwent a somewhat direct or indirect anthropic impact and transformation, whereby it might be said that all landscapes with which humans routinely interact are cultural (Ellen, 1996).

Following the assumption in which each landscape in the world it is to be understood as cultural, we are falling in a culturalist vortex where nature is a simple cultural construct, namely a universal object whose meaning depends on the cultural context. Nevertheless, considering a landscape simply as natural, hence mainly an object external to our domain and independent of our thought, we are still falling in another no less dangerous materialist vortex. Both way of conceptualizations of the landscape are naively trapped in the reductionist pitfalls of the vaunted simplistic naturalistic ontology, namely a cultural domain that is considered “particular” or “multicultural” and a natural “universal” or “mononaturalism” domain (Viveiros de Castro, 1998). In short, naturalism creates a specific ontological domain, a place of order and necessity where nothing happens without a reason or a cause (Descola, 1996), or in which certain things in nature owe their existence and development to a principle extraneous both to chance and to the effects of human will (Rosset, 1973). It seems that a naturalistic point of view, whether culturalist or materialist deploy the same stark culture-nature dualism whose reductionist approach could not help to understand the complex features of the cultural landscapes, where both nature and culture collide and conjoin in an interaction process which have been changed, maintained and enhanced over the time. However, it is plausible to analyse the evolution of the concept of cultural landscape and its main features, mainly for the importance of the values that this category encloses and strives to maintain nonetheless neoliberalism and its consumerist-polluting society.

The term cultural landscape was introduced for the first time by the German Geographer Otto Schlüter in the early twentieth century and is him to whom is credited the first academic use of that term (James and Martin, 1981). It is worth noting that the word *landscape*, combines *land* with a verb of Germanic origin *scapjan/schaffen*, which means, literally, *shaped lands*. Lands were conceived as modelled by natural forces, and its shapes(s) in turn formed object(s) to be represented by *landscape* paintings

(James and Martin, 1981). In 1908, Schlüter argued that by defining geography as *Landschaftskunde* (landscape science) geography would be given a thematic logic that does not exist in any other discipline (Elkins, 1989). Furthermore, the German geographer defined two forms of landscape: 1) the *Urlandschaft* (original landscape) or landscape that existed before human impacts and transformations, 2) and the *Kulturlandschaft* (cultural landscape), the landscape created by human culture. Thus, the principal task of geography was to track the changes in these two landscapes (James and Martin, 1981). As a result, the term “cultural landscape” has been a fundamental concept in geography and was formally defined as “landscape modified by human activity” by the German geographer Friedrich Ratzel in the 1890s (Jones, 2003).

According to these concepts, there is a neat distinction between a mere passive objective nature as the original landscape and the cultural landscape, hence transformed and created by human culture. Subsequently, it was the human geographer Carl O. Sauer who nonetheless endorsing a dualistic view of the landscape, it was him that in a more dedicated and influential manner, will promote and develop the idea of the cultural landscapes (James and Martin, 1981). Unlike the other authors cited, this human geographer went beyond in the analysis of the cultural landscapes, whereas for him the physical environment was a medium through which human culture acts, and therefore fostering the development, changing and rejuvenation of the landscape throughout the time and the pass of cultures (Sauer, 1925). Consequently, according to his famous concept: “the cultural landscape is fashioned from a natural landscape by a cultural group. Culture is the agent, the natural area the medium, the cultural landscape is the result” (Sauer, 1925). Nevertheless, some decades have passed since the ingenious and original concept coined by Sauer, it seems than even to date some international organizations such as UNESCO are still acknowledging willy-nilly the useful but nonetheless reductionist and dualistic view of a such complex category as cultural landscapes. In short, according to a somewhat trivial culture-nature dichotomy, cultural landscapes are cultural properties and represent the “combined works of nature and of man” (World Heritage Centre, 2008). Be that as it may, in 1992 The World Heritage Convention became the first international legal instrument to recognise and protect cultural landscapes (UNESCO, 1996).

Three categories of cultural landscapes are included in the World Heritage Convention: (1) “clearly defined landscapes designed and created intentionally by humans” this embraces garden and parkland landscapes, (2) “organically evolved landscapes” these results from an initial social, economic, administrative, and/or religious imperative and has developed its present form by association with and in response to its natural environment. (including “relict” and “continuing” landscapes), and (3) “associative cultural landscapes” that have powerful religious, artistic or cultural associations of the natural element rather than material cultural evidence, which may be insignificant or even absent (World Heritage Centre, 2008). It is evident to notice in these three categories of cultural landscapes, that humans modified the natural environment and adapted to it for sundry purposes, therefore it is an explicitly one-sided peaceful interaction between people and nature, namely the environment has been affected by anthropic activities, mostly of those activities were agricultural, architectural/aesthetic and most of them were related with sustainable land-use aspects and religious beliefs which provided a sustainable development and the enhancement of the natural and cultural values.

As far as these concepts might appear convincing to the reader, they are yet obscuring the two-sided interrelationships which exist between the people to whom the environment it is to be lived, perceived and above all provide the *affordances* (Gibson, 1979), that influence and shape the way in which each culture adjusts and interacts with its environment. Furthermore, the diverse ways of perception of the environment differ according to the interactions and *taskscape*s that each society develop over the time, namely the array of the tasks that people practiced and fostered being engaged in the activities of dwelling the landscape (Ingold, 1993). Thus, in the case of the salt pans, the salt worker who used to dwell and work in that environment have a very different and more profound perception than a tourist who only visit the site for a little while. For the former, the salt pans represent the place where he interacts with his fellows, harvests the salt with traditional methods taught by his ancestors or older workers, feels the scorching sun of the summer, the smell of the sea, but mostly following Ingold (1993) he is connected with a landscape and “through living in it, the landscape becomes a part of him, just as he is a part of it”, therefore to whom that cultural landscape is much more than place for leisure or to visit for a mere discounted tourist package bought in the website, for him this landscape it is to be understood as a complex interrelations of senses, hence only who is dwelling in that environment can understand what a cultural landscape really is.

The perceptions and the relations which the people have with nature need to be taken seriously, otherwise the meaning of the cultural landscape will appear blurred if we only apply the clear-cut cartesian distinction that separates body-mind and nature-society. Perception in this sense is not the attainment of the mind in the body, but an organism as a whole in its environment (Gibson, 1979). As one of the classics in anthropology showed us, much of the relations between a so called “primitive” society and nature and its species (cattle), are intermingled in a continuum process of intimate interactions, thus for the Nuer of southern Sudan, cattle and men sustain life by their reciprocal services to one another in a real symbiotic relationship, moreover the harsh characteristics of the environmental system directly conditions Nuer life and influences their social structure (Evans-Pritchard, 1940).

At this point, it seems to me plausible to elucidate the complex features that deploy the western cultural landscapes of Sečovlje (Slovene Istria) and Janubio (Lanzarote), thus, both salt pans are located nearby mass tourism destinations and are facing the same problems such as: the lack of awareness of the importance of its resources by the territory, the salt market of the savage capitalism which threatens the conservation and continuity of the traditional activities of salt harvesting, and a tourism market which treat both salt pans and its values as a mere commodity to sell and indiscriminately exploit the precious resources of the whole human-environment relations. Hence, might the perceptions of other actors such as tourists differ from the perceptions of the salt workers about the salt pans? Could different stakeholders of both territories understand the complex relations that exist in a cultural landscape? Which kind of tourism in contrast to mass tourism would fit better in fostering the enhancement of the values of the salt pans? These questions and those posed in the first part were asked to the informants of both territories, therefore focusing on the perceptions of the individuals involved in the salt pans about different issues related to the preservation and valorisation of the resources, as well as the impact of tourism. For these reasons, salt pans as a cultural landscape ought to be analysed and explored in the multidimensional interactions between humankind and nature without overlooking the phenomenological aspects that enclose each landscape and its dwellers. Before to discuss the analysis of the data, I will give a brief description below of the main features of both salt pans.

3. The Sečovlje Salina Nature Park

The (SSNP) represents a good example of a cultural landscape, indeed the society and nature are still maintaining the interplay between each other despite the different social, political, economic and geographical changes over the years. This park is situated on the Adriatic coast, at the mouth of the Dragonja River, in the southernmost stretch of the coastline of the Piran Bay. The Sečovlje Salina, extended over 6,5 km², is among the most important natural and cultural heritage sites in Slovenia, and therefore designated as the Nature Park, Ramsar Site, Natura 2000 site and a cultural monument of national importance (Sovinc, 2008).

The Park was proclaimed in 1990 by the municipality of Piran with the aim of preserving and enhancing the natural and cultural heritage of the territory and was protected by the State in 2001 with the Sečovlje Salina Nature Park law, accepted by the Slovenian Government. In short, the Park represents a great heritage for the whole Slovene Istria. The Sečovlje Salina Nature Park is the best example of an “open-air museum” in Slovenia, and could be considered as a major cultural resource that represents a genuine example of conservation and enhancement of the traditions of salt workers, where the heritage is the lifestyle and work of salt workers of past centuries¹

The Park is divided in three protected areas (KPSS, 2011):

- the protected area that indicates the portion of the park called Lera, this is the part of the park where active salt production takes place;
- the protected area that indicates the portion of the park called Fontanigge;
- the protected area that indicates the part around the salt pans.

Lera includes 294 ha and is divided into an area for the crystallization and solidification of seawater. In this area salt is produced following the medieval tradition. Lera is characterized by animal and plant habitat delimited by different salinity salt fields, the canals and levees of salt pans. The area of Fontanigge includes 314 ha and is located in the middle of the Grand Canal and the Dragonja River (KPSS, 2011). Thanks to the exceptional ecological and cultural values, in 1993 Sečovlje Salina was designated Slovenia’s first Ramsar Site (Škornik et al., 2004).

The entire Sečovlje salt pans are considered as an ethnological, technological, historical and architectural heritage and landscape, both at and beyond the national level (Sovinc, 2012). Indeed, since 2004 are part of the European project called Natura 2000 (Vodeb, 2014).

The Strunjan and Sečovlje salt pans are unique on the eastern Adriatic coast in producing salt by means of an entirely traditional process which involves the daily gathering of the brine on the biosediment –the petola, which is an artificial grown crust that prevents the mixing of the salt and the sea mud on the bottom of the crystallization basin, and it functions as a biological filter (Sovinc, 2011). This method historically implemented exclusively in the space between Trieste and Pago, has been preserved only in these salt pans. This traditional method of production not only keeps the landscape characteristics of salt pans, but also helps to preserve the natural and cultural values of the area.

The cultural heritage of the Sečovlje salt pans includes (KPSS, 2011):

- The salt museum: the cultural historical monument protected at national level;
- The Sečovlje salt pans: the cultural historical monument;
- Sezza, Villa marittima, the peninsula of Sezza: registered archaeological site.

Figure 1: The Sečovlje Salina Nature Park



Source: by the author

In the park there are (under the rules of a protected area) developed several activities for tourists and other subjects: guided tours, workshops that allow people to appreciate and learn about the flora and fauna, various educational programs, some events (the traditional festival of salt workers), various sports and recreational activities (jogging, trekking, cycling), holistic activities (meditation, yoga and other activities for spiritual relaxation) exhibitions (ex tempore) and other activities. The park with its ecosystem is also the ideal place for research (KPSS, 2011). One important fact is the project called “Saltworks-Eco-touristic valorization of the Salt-pans between Italy and Slovenia 2007-2013”, funded by the European Union which intended to enhance, protect and promote the Italian salt pans of Cervia and Comacchio and the Slovenian salt pans of Strunjan and Sečovlje².

4. Site of scientific interest of Janubio

The Janubio salt pans are located in the south west of Lanzarote in the Canary Islands and cover an area of 168,6 ha within the town of Yaiza³. The construction of these family run salt pans began in 1895 and finished in 1945, one of the most interesting facts about it, is the picturesque and peculiar landscape due to the Timanfaya eruption between 1730 and 1736 where the lava flows extremely modified the salt pans closing the old gulf and allowing the creation of the inner lagoon and the further creation of the salt pans⁴.

Thanks to its natural and cultural heritage, the salt pans since 1987 have been included in the Canary Islands Network for Protected Natural Areas (Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos), first as a natural landscape and as site of scientific interest nowadays. Its norms of conservation were finally approved on July 20, 2006, by the (COTMAC), “Ordenación del Territorio y Medio Ambiente de Canarias”, and published in the “Boletín Oficial de Canarias 27/2007”. Furthermore, are integrated in the core zone of the Lanzarote Biosphere Reserve, which includes conservation and landscape maintenance as one of the great values that justified the declaration by UNESCO in 1993. The entire surface of the Site of Scientific Interest is considered as an area of environmental sensitivity⁵.

Figure 2: Janubio salt pans



Source: by the author

In addition, Janubio salt pans have been declared International Bird Area (IBA), and special protection area (SPA), moreover are part of the Natura 2000 and Ramsar convention. One important fact is the wish of The International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) to include the Janubio salt pans in the red book of threatened landscapes. In fact, the salt pans own two declarations as a Site of Cultural Interest, one of them under the category of Monument and the other as a Paleontological zone. Subsequently, the Insular Planning of Lanzarote 1991, declared it “Sistema de Interés General del Medio Físico”, and recommends to be equipped as a tourist attraction⁶.

Whereas, in 1990 the General Directorate of Environmental Quality of the Government of the Canary Islands undertook an initiative following the program of the development of the outermost regions of the European Union "REGIS". In fact, the restoration of saltpans of the Canary Islands were the aim at that time. As a result, the pretention was to help the salt industry and improve the production and commercialization, as well as promote cultural tourism and ecotourism (Puche Riart et al., 2009).

Nevertheless, unlike the nearby El Carmen saltpans in Fuerteventura which have been restored completely, only a small part was restored in the Janubio saltpans (Puche Riart et al., 2009). Whereas, Janubio saltpans are the biggest and one of the most important saltpans in the islands, the construction of a salt museum was an important objective long ago (Marín and Luengo, 1994). As a matter of fact, the project *Centro Turístico Casa De La Sal*, promoted by the Lanzarote Island Council and the so called Plan Futures⁷, was intended to enhance the natural and cultural values of the saltpans, building different facilities such as salt museum, interpretation center, viewpoint, paths and so on, mostly to provide sustainable development in the territory⁸. Unfortunately, the idea has never taken place, despite being included in the Canary Islands Network for Protected Natural Areas (Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos, ley 12/87), have been harmed due to the aggregate extraction. Nonetheless, these saltpans have been exploited since the 19th century and still active nowadays (Puche Riart et al., 2009).

5. Methods

This study engaged 12 individuals involved in both saltpans ($n=6$, in Sečovlje and $n=6$ in Janubio), a period of participant observation and in depth semi-structured interviews were conducted between September 2015 and April 2016. It is worth noting, that between these months I could carry out a somewhat deep ethnographic research in Sečovlje and its surrounding territories of Piran and Portorose where I have interviewed the informants, gathered the bibliography resources and mostly did the useful observations in the saltpans. I was fortunate to live and work in the tourism industry of the sea resort destination of Portorose for nearly 2 years, hence this permitted me to have enough time to carry out the research without facing some major inconvenient. Though the official language of this territory is Slovenian and my little knowledge of it, this was not a problem due to my knowledge of Italian, namely the second official language of the whole Istrian territory and in which most of the interviews were done, with the only exception of one interview that was done in English.

Unfortunately, unlike the time that I spent in Sečovlje, in the case of Janubio I was only able to stay in the field for merely one month (April 2016), therefore the time for fieldwork and interviews was evidently shorter. However, I tried to gather as much information as I could regarding the saltpans, thus, thanks to the interviews and observations made in Janubio and the nearby towns of Lanzarote I could obtain some important data concerning the objective of the research, and whereby the comparison between both cultural landscapes could be attained. Furthermore, in the case of Janubio the realization of the interviews was not an obstacle, thus due to my knowledge of Spanish as a mother tongue and English.

In addition, due to the topic and the phenomenological characteristics of the research, semi-structured interviews fitted better with the informants and they will to interpret their own point of view regarding the phenomenon. Semi-structured interviews are interviews that display a list of topics and questions to be discussed, sometimes without a defined order and, in most cases, without a precise formulation or canned responses (de Lillo, 2010). As a result, informants were selected for the interviews through a non-probability sampling, all the individuals who participated in the research are an important source of information for the analysis of this phenomenon, hence, they represent an objective sampling. In the objective sampling, sampling units are selected because they are in possession of aspects or particular characteristics which could better afford a careful exploration and understanding of the central themes and questions that the researcher will study (Ritchie et al., 2003). In short, the informants were individuals who work on the saltpans or in the tourism industry, therefore informants were first contacted by e-mail or telephone, or in some cases directly in their work places. Subsequently, interviews were carried out in offices or in one specific location agreed with the person to be interviewed and lasted roughly 45 minutes to one hour. All interviews were recorded and whereupon transcribed for the final analysis of the data, moreover due to the privacy issues interviewee names were replaced with the respective roles of the informants. Furthermore, the period of participant observation, though a bit short in Janubio, nonetheless was very useful to better understand the main features of the saltpans and hence to gather clues and information prior to the interviews, thus I could observe closer the life of the salt workers and the way in which they perceive and dwell the suggestive environment of the saltpans.

6. Results

Results from the techniques of data collection were divided in three different key themes: 1) the awareness of the importance of the salt pans; 2) the enhancement of the values; and, 3) the benefits and impact of tourism. As I argued before, owed to the subjective characteristics of the interviews, it is worth emphasizing that the information given by the individuals was crucial to better explore the phenomenon. Indeed, informants tried to explain different peculiarities that ought not to be overlooked, and therefore the way in which they express their own perceptions about the importance of the values of the salt pans, differ among the people to whom the salt pans are a place in which they feel attached and connected, whether for diverse motives such as the awareness of the values that should be protected or for the different and profound relations that some people like the salt workers have with the natural environment, thus the majority of these perceptions contrast a lot with the way in which neoliberal activities such as mass tourism treat cultural landscapes and its important values.

In this respect, qualitative research and its methods specially ethnography in this case and the techniques of participant observation and semi-structured interviews which are part of it, are fitter to understand and interpret the social reality in depth, therefore reality cannot be observed or measured, but must be interpreted and understood (Weber, 2002). For this reason, cultural landscapes ought to be approached and analyzed in a way that the complex relations and different perceptions which exist in the territory be highlighted, thus unfolding the somewhat hidden nuances which otherwise will remain covert if the subjective perceptions of the informants were not considered. As one of the forefathers of anthropology clearly points out: “social anthropology studies societies as moral, or symbolic, systems and not as natural systems, that it is less interested in process than in design, and that it therefore seeks patterns and not laws, demonstrates consistency and not necessary relations between social activities, and interprets rather than explains” (Evans-Pritchard, 1951). I think this quotation could well be applied not only in anthropology but in all social sciences that want to better explore such a complex reality as the cultural landscapes.

6.1. The awareness of the importance of the salt pans

In the first key theme, informants were asked to describe their own conceptions about the importance of the salt pans and the different factors which undermine this awareness. During the interviews, I could discover some important cues about the neat difference in which some people approach to the cultural landscapes, hence, emphasizing the importance of the natural and cultural values that ought to be protected. The awareness for the protection of these values is in a stark contrast with a capitalistic logic of exploitation and mass consumption of the resources well known in sea resort destinations as both territories. As Ingold (1996) referring to the so-called rationalistic treatment of nature puts it: “Enlightenment thought has proclaimed the triumph of human reason over a recalcitrant nature. As a child of the Enlightenment, neoclassical economics developed as a science of human decision-making and its aggregate consequences, based on the premise that every individual act in the pursuit of rational self-interest”. In short, either territories are a mass tourism destinations where natural environment has been modified, cementified and in the worst cases destroyed by the rationalistic logic of development, namely in these so-called sea resort destinations natural environment is a mere commodity to take advantage for the only purpose of earning as much money as possible, and therefore without thinking about the profound relations that some communities have with the not passive nature, and hence are extremely worthy of valuation.

The hedonistic features of most of the sea resorts give no room for a better appreciation of nature and its important role for the people who use to live within it and continue to engage hitherto in traditional activities. For example, since 2013 within the Sečovlje Salina Nature Park there is an open-air spa which offers wellness treatments using the natural resources of the salt pans. However, according to the interviewees the most wellness facilities of mass tourism nearby the salt pans consider a spa in the middle of a Natural Park as a competition, and therefore not a sustainable example to follow, thus, an individual who is the manager of the Park seemed worried about this situation:

“We don't want to compete with other wellness facilities... but unfortunately they see us as a competition and there's no real cooperation in the territory, in my opinion this represents an unfair competition that does not bring any benefit to the development of sustainable tourism in the area.”

I1 (Manager, Sečovlje Salina Nature Park)

In this instance, the lack of cooperation and awareness of the importance of the salt pans is evident, as a result, the informant argues that this kind of unfair competition doesn't provide any benefit to the salt pans and its resources. I can understand in his words that there is a problem about the cooperation in the territory, hence, it seems that most of the mass tourism facilities in the destination are worried about the services offered by the spa in the Park, namely this kind of unfair competition could harm the awareness of these resources and its important interactions of values.

As I argued before, I used to work in a resort located in the centre of Portorse within only few km from Sečovlje Salina Nature Park. During my observations, I could note that most tourists preferred to stay within the resort consuming all the all-inclusive services offered by it, such as pools, private beach, sauna and other wellness facilities that obviously used the resources of the salt pans for its wellness treatments. Indeed, salt, mud and brine were natural resources from the salt pans that these facilities tried to promote, nonetheless, though ironically only few tourists know about the existence of the salt pans and their location. It seems logic that this kind of promotion has nothing to do with the awareness of the importance of the salt pans, this is to say, the resort is only aware about the cost and benefits of the promotion and consumption of these resources, thus, as the I1 in a provocative manner puts it: "most tourists in the resorts preferred to be closed in the claustrophobic boxes of the wellness treatments, instead to be outdoor and feel better the natural environment of the territory". The wellness facilities promoted by the resorts are at odds with the open-spa located in the middle of the salt pans, indeed, the people who work in the Park explained me that all the materials used for the construction of the spa were natural resources of the environment, namely wood, mud, salt, brine and it is worth noting that this spa use merely solar energy and being opened only in the sunny days of summer.

This is the stark difference between a neoliberal logic of exploitation and commoditization of nature and the complex sustainable relations between human and nature in the cultural landscapes. According to the words of Christopher Tilley: "the neoliberal-capitalistic Western conception of landscape is that of a surface or volume like any other, open for exploitation and everywhere homogeneous in its potential exchange value for any particular project" (Tilley, 1994). This is the somewhat tragic situation of most of the mass tourism destinations, likewise the cultural landscapes which are located in the surroundings are increasingly threatened by this kind of logic of exploitation which try to encompass everything that could be sold and bought in the market for the mere sake of profit. Furthermore, due to the polluting activities promoted by mass tourism nearby both cultural landscapes, thus, it might be said that one of the main problems of the salt pans is the fragility of its environment, although Sečovlje salt pans have an outdoor spa, Janubio owns an astounding and almost surreal natural environment. Indeed, one informant explained how important are the Janubio salt pans in Lanzarote and for which reasons should be known and preserved:

"The most salt pans here in Lanzarote have disappeared over the centuries, and only Janubio remains active with the traditional salt harvesting methods. In my opinion, every person needs to know and be aware of the importance of these salt pans."

I9 (Tourist guide, Janubio salt pans)

According to her, Janubio being the last salt pans in Lanzarote ought to be known and conserved, in fact these salt pans are the most important in the entire Canary Islands. Subsequently, most informants were agreed about the fragility of both salt pans, indeed, Sečovlje and Janubio are the few remaining active salt pans in either territories, for this reason be aware about its importance seemed fundamental according to the respondents to provide a better conservation in time. In speaking about the preservation of the cultural landscapes Sven Arntzen points out: "cultural landscapes have an identity value and so are regarded as worthy of preservation because they provide meaning to people's lives and activities" (Arntzen, 2003). It is the word "meaning" that need to be understood as a way of attachment to a certain place or environment, although the tourist guide is a part of the tourism industry and hence neither used to dwell nor worked in the salt pans, this not prevent her to recognize the importance of the salt pans as a heritage of Lanzarote. This is the difference between a mere objective nature to exploit and a nature to whom some people endow with agency. In this sense, nature is not a basic category to only extract its resources, but it is more a "higher order" category (Rappaport, 1971) which permeate humans and is permeated by them in a relation of reciprocity. Thus, worthy to be protected cultural landscapes represent the irreducible values that are intermingled among the community and the environment.

Furthermore, other tourist guide of the Sečovlje Salina Nature Park gave us a very important clue about the awareness of tourists of the importance of these resources, indeed she identified the types of visitors who are more aware and more interested in visit the salt pans:

“Tourists especially know about Sečovlje salt pans, but speaking about the awareness of its importance depends on the types of tourists. For example, hikers and those who want to spend their holidays in harmony with nature are mostly those that are more aware of the importance of the salt pans and the entire natural environment located on this territory.”

I3 (Tourist guide, Sečovlje Salina Nature Park)

For this informant, tourists which are more aware of the importance of Sečovlje salt pans are mostly those who want to be in harmony with nature, thus, one might wonder if these types of visitors are better tourists than those who spend their holidays in the all-inclusive hotels? It seems obvious that the unsustainable way of approaching to nature is one of the main harmful features of mass tourism, that is to say, the commoditization and transformation of nature in gloomy and sterilized concrete buildings have produced a hyper consumption of a rather limited natural resources. Indeed, most tourists in these destinations are used to spend their time in these all-inclusive facilities, albeit with high costs that afford them to attain the so-called selfish pleasures of luxury and amusement.

Unlike those types of tourists, as far as I observed in the territory some hikers or adventure tourists are much more interested to be in the middle of the salt pans and therefore explore the nature and know more about the traditional activities of the salt workers. However, the motivations of the tourists to visit the salt pans may vary and depends on different factors and variables, nonetheless it is important to know the interpretations of the individuals to better understand the features of the visitors who are more interested in visit the salt pans. It reminds me an Italian backpacker who one day asked me which path would be better to follow to get to the salt pans, this fact surprised a bit, given that I was used to the usual very fashion clothed tourists that usually asked me only about how to get to the centre of Piran or to some fancy restaurant.

According to the philosopher Arne Næss: “It is highly necessary to promote a better valorisation of a more sustainable ecological approaches to nature which ensure the full richness and diversity of life-forms on the earth” (Næss, 1995b). For this reason, it is increasingly necessary the awareness of the importance of the values that the salt pans enclosed within it, hence certain activities such as tourism must be compatible with the preservation and valuation of the complex relations and resources that comprise the cultural landscapes.

Is it truth that both salt pans need to be protected to the harmful activities of mass tourism and other environmental degradations of capitalism, nonetheless this protection must be understood as the enhancement of the human-nature relations which the cultural landscapes used to deploy up to now, thus, the traditional activities of the salt pans ought to be carried on for a real valuation of the cultural landscape. In short, visitors who are really interested in the valorization of these resources need some information and a good accessibility to be more aware about the importance of the salt pans and know more of these protected areas. Unfortunately, according to the informant the lack of accessibility in Janubio represents a big problem to visit the salt pans:

“In my opinion, not many visitors know about the salt pans, because here in Lanzarote is a little bit difficult to get around without a car, given that public transport doesn’t take you everywhere in the island. In fact, the accessibility of the Janubio salt pans is not good and for me is one of the main reasons which tourists don’t know much about these salt pans and its important resources.”

I9 (Tourist guide, Janubio salt pans)

I can confirm the words of the informant, thus, when I first arrived in Lanzarote the first thing that I asked was how to get to Janubio salt pans, I felt a bit disappointed when I discovered that the better way to arrive there was to rent a private car, therefore I discarded this option because I retained it expensive and useless if one wants to move freely without much worries about the parking. At this point it remained me only the last two options, namely a private tourist bus and a public bus, in the end I decided to try both options. In the former case the private bus took me to the most important towns and places in Lanzarote, It was a pity that the bus only stopped for few minutes in the salt pans and the most strikingly thing was that the passengers could not get off to better glance Janubio, in the latter case, the public bus left me in “la Hoya” stop nearby the salt pans, it is worth noting that the

path to get from the stop to the salt pans was very harsh and neglected, indeed it was difficult for me to walk and finally take the first glance to the astounding landscape of Janubio.

Furthermore, for the whole time that I stayed in Lanzarote I could observe that Janubio salt pans are less known by the average tourist than Sečovlje salt pans, that is, most of the visitors prefer to visit other renowned tourist's places in the island. It seems that the lack of a good accessibility in Janubio hinders the will to visit this cultural landscape, whereas most of the visitors are prone to rely on the private tourist's buses that abound in the main towns, and therefore only stop near the salt pans and the passengers can barely take some pictures. In short, during the informal conversations that I had with some tourists, I could realize that most of them are willing to visit other attractions nearby or simply do not know much about the salt pans and its important values.

In my opinion in both territories there is a not negligible problem of cooperation and awareness about the extremely importance of these cultural landscapes, that is, both salt pans represent the irreducible values of the interaction between culture and nature that have been carried on despite the noxious effects of the market activities. In this respect, Wang and Fu analyzing the cultural landscape of Jianan irrigation system in Taiwan boldly argue: "if the local people are lack of the identity and the necessary knowledge of the cultural landscape and cultural heritage, sometimes an irreversible damage to the cultural landscape would occur through the process of the public participation. The cooperation between local awareness and the academic researches would be important to avoid the degradation of the landscape" (Wang and Fu, 2011). It is this kind of cooperation that needs to be fostered in both protected areas, not only for the sake of conservation as a museum can teach us, but it is the continuation of the traditional activities that represent the values of the cultural landscapes, and hence, the reciprocal relations of an active culture-nature collaboration (Plumwood, 2006) that need to be conserved, thus the awareness about the importance of these salt pans must be a priority.

6.2. The enhancement of the values

In this theme, the main issue was the discussion about the enhancement of the so-called natural and cultural values. As I discussed since the first part of the article, the distinction between these values ought not to be understood as a mere dichotomy, indeed in the case of the cultural landscapes though western, there is a complex and non-trivial relationship among nature and culture that must be foregrounded for a subtler exploration of these puzzling values. That is, one of the most interesting features of both salt pans is the traditional salt harvesting methods which have been undertaken to date, thus, the preservation of this intangible heritage seemed very important by the informants to better enhance the deep values of these cultural landscapes.

According to a neat culturalist approach characterized by the Boasian anthropology: "Human activities such as productive ones may produce culture and therefore incorporate cultural values" (Kroeber and Kluckhohn, 1952). In this sense, there is an overemphasizing of the cultural domain, that is to say, a mere cultural "appropriation of nature" (Ingold, 1986). The culturalist approach could not help us to consider the interrelations between humans and their "cultural activities" such as the salt harvesting methods and the non-human nature and all its species that dwell in it. "All things hang together" (Næss, 1989), and hence whichever activity undertaken by humans whether harmless as the cultural landscapes or harmful as the capitalist market will always confront a nature with its own intentionality and not an inert object. The intangible heritage of the salt harvesting methods should be understood as a reciprocal fruitfully relations in which the salt workers have with the whole natural environment in which species with its own intentionalities dwell within it and not a mere *tabula rasa* to leave the imprint of the superior culture.

However, in the last years some salt pans around the world including Sečovlje and Janubio are suffering the consequences of the savage capitalism and its industrial mass production of salt. During my observations I could note a big concern in both salt pans about this fact that are indiscriminately forcing a lot of salt pans around the world to closed, let alone the very bad effects not only to the salt workers and their livelihood, but also to the fragile natural environment that remains exposed to the non-ethical way of treatment the nature by market capitalism. As a matter of fact, most of the interviewees retained that the traditional salt harvesting methods should be preserved and enhanced to a better conservation of the salt pans and its values. Thus, the manager of Sečovlje Salina Nature Park reiterated the importance to maintain the salt production with its traditional medieval methods:

"I must emphasize that our goal was never to compete with the international market, as most people know it would have been much easier to produce salt in an industrial manner thinking obviously only to profit. However, we continue with a tradition of more than 700 years, our salt produced with these medieval methods is rich in minerals and is a sustainable product that enhances the natural and cultural heritage of the territory."

I1 (Manager, Sečovlje Salina Nature Park)

During the conversations with this informant was not hard to note his concerns about the plight of the saltpans that are facing nowadays due to the increasingly savage market of salt, therefore he argued that unlike other territories such as north Africa where the intensity of the sun is higher during the year and thus fitter for the industrial salt production, in the Istrian territory of Sečovlje, despite the less intensity of sun it will nonetheless continue with the traditional salt harvesting methods.

In short, it is worth noting how important is to maintain the traditional salt production to provide sustainability and a valuation of the resources, in contrast to the industrial methods and the international market which have always seen the "inert" nature as an object to exploit and tame for the only sake of take advantage of its resources, hence, without thinking about the preservation and the acknowledge of the complex values that the saltpans host. Furthermore, in the case of Janubio, for most of the informants the traditional salt harvesting methods are regarded as much important as in Sečovlje, moreover a salt worker who works for many years in the saltpans describes the importance of these traditional methods:

"We continue with a traditional salt production which obviously enhance the natural and cultural heritage. The harvesting method that we use does not harm the environment as the industrial methods."

I7 (Salt worker, Janubio saltpans)

Although Sečovlje saltpans are much bigger and the salt harvesting methods used are older than those used in Janubio, whereby in the former the traditional salt harvesting methods are medieval and those used in the latter dated from the beginning of the 20th century. Notwithstanding, we need not deny the complex way of interactions and dwelling in the environment even in Janubio that the salt workers have used to foster so far. It is from this relational context of people's engagement with the world, in the business of dwelling, that each place draws its unique significance, namely, this means that in dwelling in the world, we do not act upon it, or do things to it; rather we move along with it (Ingold, 1993, 2000).

This is to say, that the natural environment of the saltpans is not an inert unmovable mass that only wait the action of human culture by its harvesting methods and the related activities of dwelling, moreover nature is not simply a medium in which human culture undertakes its practices as Sauer argued in his famous concept of cultural landscape. According to Val Plumwood, this concept of cultural landscape repeats the same Platonian-Aristotelian dualized and gendered conception between a rational-master principle and a formless-passive matter to be subdued, indeed she convincingly puts it: "with the father- 'culture' counted as sole agent, and the mother as the mere "medium" or 'nurse', the result, the 'cultural landscape', is naturalized as the child of this Aristotelian father as sole creator" (Plumwood, 2006).

Furthermore, the traditional salt harvesting methods of both saltpans ought to be regarded as not a sole cultural heritage which unwittingly underestimate the agency of the entire natural environment which participates in the cyclical processes of the so-called cultural production, but it is to be understood as a hybrid category in which diverse agencies are at stake. As a result, I can argue that in both protected areas the preservation of the traditional methods should be enhanced insofar the continue interplay of agencies not be downplayed as a mere cultural reductionism.

However, the preservation and enhancement of these values depends mostly on the cooperation in the territory, and therefore different projects should be undertaken to provide a better consciousness and valorization of these important resources. For instance, unlike Sečovlje saltpans which own a salt museum, interpretation center, spa and other facilities which represent a sort of valorization of the resources, in Janubio for many years exists a project called *Centro Turístico Casa De La Sal*, which was intended to build a salt museum and an interpretation center, nonetheless this project have never been taken place to date. Nevertheless, an informant who is an employee of the tourist office of Arrecife in Lanzarote told me that it seems that something it is going to change, indeed in these words she describes the current situation of the project:

“The last time I talked with the person who is undertaking this project, he told me that the license to build the salt museum and the interpretation center is almost in the deadline, in fact he thinks that briefly those facilities will be built.”

I10 (Tourist office, Janubio salt pans)

The undertaken of this ingenious project could evidently help to the enhancement of the whole values of the salt pans, moreover if this old project will take place someday will foster a better appreciation of the daily life of the salt workers and their deep relations with the natural environment which have been maintained through the time, thus, this will display to everyone the interrelations of values and intentionalities which are worthy of preservation. In this respect as Wang and Fu sharply point out: “the significant features of the cultural landscape were usually represented through the collective and numerous identical elements. Thus, the significant elements in the cultural landscape should be preserved and conserved with necessary legislative and technical instruments, to prevent or minimize the deterioration and change” (Wang and Fu, 2011). Consequently, the values that ought to be preserved and enhanced by the help of these facilities, represent the entire and irreducible heritage of this cultural landscape.

Talking about this holistic heritage that represents the human activities in a sort of harmony with the natural environment, thus, in Sečovlje the open-air spa “Thalasso Spa Lepa Vida” tries to promote and valorize the traditions of the salt workers employing the natural resources of the salt pans:

“The wooden structures resemble the salt workers houses where they could rest, these houses were built around the area of Lera by the Austro-Hungarian Empire and are still used for work and for rest of salt workers. The other main materials used for the construction of the spa were the stones and mud of the Sečovlje Salpans, all of which are natural materials from the Park to ensure sustainability and authenticity.”

I1 (Manager, Sečovlje Salina Nature Park)

Figure 3. Sečovlje salt pans, at the bottom Thalasso Lepa Vida spa



Source: by the author

It is very interesting to see how the natural environment provides the resources to create some architectural and aesthetic structures like the spa located in the middle of the Sečovlje Salina Nature Park, nonetheless these are not to be understood as commodities which the only aim is to fulfil human needs, thus, this natural environment ought to be approached as a live organism with its own species, spaces and agencies, that is, as Descola and Pálsson emphasize: “some scholars have argued that the relations between organism and their environments are reciprocal, not one-way. In the process of engaging with the environment, organism construct their own niches” (Descola and Pálsson, 1996). The beforehand citation reminds me when I was roaming in the Sečovlje saltpans during a sultry day staring to the art of salt harvesting, suddenly a salt worker approached me and told me that near the spa nest very precious birds that he could recognize by their songs.

One of the outstanding features of human technical practices lies in their embeddedness in the current of sociality (Ingold, 1993), nevertheless this kind of sociality ought not to be considered as merely one-sided, namely emphasizing only the human domain and culture as the master of reason to whom nature is a separated ontological domain bereft with any kind of participation and intentionality. On the contrary this sociality could be regarded not only as two-sided, thus human-nature, but I think maybe there is perhaps room for a multi-sided sociality, that is, human agency and the manifold agencies of all organisms who dwell in the environment. In short, according to Ingold a dwelling is: “not a mere place of being, but a taskscape, an ensemble of mutually interlocking tasks that “come into being through movement” (Ingold, 2000). This is the way in which the salt workers dwell in their environment, therefore when they engage in the activity of salt harvesting they are in deep contact with other intentionalities of the natural environment that stimulate their senses and perceptions of what it is to “dwell”. Thus, the complex relations between human and non-humans are one of the most important features of the cultural landscapes. Furthermore, the open-air spa could have a double function, the former as a health and wellness facility and the latter but the most important as a safeguard of the entire heritage of the site.

After all this analysis of the data of both territories, it might be said that the values of Sečovlje are more enhanced and promoted than those of Janubio, indeed, according to the interviews and the period of participant observation in the field, I could confirm this hypothesis. Nevertheless, it seems that the salt products of both protected areas are requested mostly by tourists, therefore one informant who works on the shop of the salt products of Sečovlje Salina Nature Park, argues that thank to these products the territory has become more recognized:

“These products are very popular among tourists, especially for foreigners. The first thing tourists want to do when they arrive in Piran is buy these products, I think thanks to the products of the Sečovlje Saltpans, the territory and its resources have become much better known and appreciated in the world. Unfortunately, in my opinion there is no cooperation in the destination to enhance and promote the Sečovlje saltpans.”

I5 (Shop, Sečovlje Salina Nature Park)

It seems that the salt products of the saltpans are well known by tourists, thus, “Piranske soline” the official shops of the Sečovlje Salina Nature Park are well spread around Slovenia. This important fact could be regarded as sort of promotion of the resources of the saltpans, as well as a strategy to diffuse awareness of the importance of these values. However, the informant argues that there is no cooperation in the territory to enhance and promote these values, in fact the same problem has been highlighted in the first key theme, therefore it might be argued that the saltpans are not enough valued by the territory.

On the other hand, even in the case of Janubio it seems that the salt products sold in the traditional small warehouse of the saltpans are appreciated by tourists, thus, this informant recount about this fact:

“Some tourists buy the salt products and in my opinion, is very important that much more people recognize the benefits of the salt of the Janubio saltpans.”

I10 (Tourist office, Janubio saltpans)

Figure 4: The entrance of the warehouse in Janubio

Source: by the author

During my fieldwork observations in both territories, I could appreciate that nonetheless the difference between the rustic small warehouse of Janubio and the “modern” and a bit fancy shops of Sečovlje and the surroundings, there is a connexion of values that either shops try to promote. These values are the core of the heritage of these salt pans, namely the salt products are not only the masterpieces of the salt workers who skillfully and elegantly defy the sun, mud, water, wind, birds, this is to say the “wild natural environment” that need to be domesticated and as a mere medium provides its precious resources for the attainment of the final products that will appear on the shelves of the shops ready to be consumed and appreciated by the visitors. It is these “enchantment technologies” (Gell, 1998) which are behind every grain of salt produced in these environments that bewitch the visitors, hence each bag of salt could be considered as the metonymy of the diverse types of agencies which belong not only to the salt workers and their masterful skills, but also to the whole natural environment and its organisms which are engaged in the entire processes and activities of these cultural landscapes.

Furthermore, it is worth noting that the rustic charm of the warehouse of Janubio could be an advantage due to its peculiar characteristics and moreover the undeniable breathtaking landscape of the salt pans. For these reasons, it is very important that both salt pans promote these values to keep alive the traditional salt harvesting methods and its astonishing holistic heritage.

6.3. The benefits and impact of tourism

In this final key theme, I will treat a somewhat paradoxical issue about tourism in the so-called protected areas, thus the salt pans discussed in this article are both areas characterized by the fragility of the natural environment, in this sense, two logics are at odds in this case, namely mass tourism and its harmful activities promoted mostly by the sea resort destinations and a rather environmentalist logic that most of the protected areas around the world strive to deploy. One example of this situation might have been given by Bacon and his case studies about the wetlands of Jamaica and Trinidad in the Caribbean, despite they have been seriously impacted by mass tourism, according to him: “wetlands could serve as a diversification of tourism industry. Where the natural heritage requires protection and tourism need to be monitored through the methodology of the various national environmental and socio-economic criteria for assessing the potential use of wetlands for these purposes” (Bacon, 1987).

Far from being a neutral issue, the protection of the wetlands ought to be a high priority, but nonetheless different logics of nature collide, indeed, the harmful neoliberal activities of mass tourism which disrespect the natural environment and the radical conservationist logic that pretend to protect the so-called wilderness. The citation above seems to disregard the agency of nature and the relations that this has with the dwellers not the tourists of course, thus, nature is simply treated as an inoffensive prey that need to be protected from predators that are looking forward to hunting it and tear it to pieces. Regarding this matter, Descola points out: “by fetishizing nature as a transcendental object, the control of which would be displaced from predatory capitalism to the rational management of modern economics, the conservationist movements, far from questioning the foundations of western cosmology, tend rather to perpetuate the ontological dualism typical of modern ideology (Descola, 1996). Nevertheless, it is truth that the natural environment ought to be protected such as the case of the cultural landscapes, but this protection should not disregard the human and non-human relations who are at stake in these environments, thus, there is no need to hyper-separate nature and culture and represents nature as an absence of the human (Plumwood, 2006).

In both saltpans it seems that tourism is an important issue, and therefore according to the informants should be sustainable to not harm the fragile environment of them. As I described before, either protected areas are located nearby mass tourism destinations, hence, the most tourists are not much aware of these cultural landscapes and indeed are more likely to visit other tourist attractions in the territory. For example, it seems that the lack of accessibility is the main reason for this phenomenon:

“I proposed that an electric bus could bring tourists to the Park, it is true that we are close to the centre of Portorose but we are at the same time too far away for tourists who don’t want to walk and go so far... but unfortunately there is no cooperation on this territory for the enhancement and promotion of the resources of Sečovlje. It would be much better if the hotels instead of offering chocolates to the visitors better offer a bag of salt as a souvenir and brand that enhance the territory.”

I1 (Manager, Sečovlje Salina Nature Park)

Needless to say, that would be better if tourism would be monitored and therefore ought to follow the so-called pillars of sustainability to prevent any negative impact to the environment. Nevertheless, the somewhat utopian concept of sustainability needs to come to terms with the complex and reciprocal relations between humans and non-humans characterized by the cultural landscapes, thus, it might be said that both saltpans need conscious visitors that could foster the awareness about their important values. Furthermore, according to the informant an eco-friendly bus could be a good solution to invite visitors to the Sečovlje Salina Nature Park in a “sustainable” way, and therefore coping the lack of accessibility. In my opinion the powerful idea of sustainability needs to be less radical to acknowledge that environments such as cultural landscapes are far from being the Eden of nearly no human impact or a virgin pristine nature that should be fenced. For this reason, there is a need for a sustainability that aims to protect the interrelations among those humans and non-humans, that is the whole environment. In short, according to Arne Næss: “Most of the approaches to nature in the world could be compatible with nature, namely, only the Western approaches promoted by industrialized countries are against it” (Næss, 1995a). According to the clever idea of the informant, that is, of representing a bag of salt as a brand and souvenir of the territory to give to tourists, I think that this could be a strategy to enhance the resources of the saltpans and therefore to better improve the cooperation in the destination, namely, a seemingly frivolous bag of salt hides the collaborative and fruitfully interrelations between humans and non-humans which represent the core of the saltpans and moreover it is not merely the industrial salt bought in the supermarket.

As I could observe in the field, the accessibility of Janubio saltpans is worse than Sečovlje, this is probably due to the characteristic of the volcanic landscape which surrounds the entire environment. However, I could argue that nonetheless this situation some visitors visit the saltpans, though less than in Sečovlje, mostly by private transport. Furthermore, an American guy who works for some years as a tourist guide in one of the main private tourist buses led mostly by British, describes why visitors choose to take the tourist bus:

“As a tourist guide, I can argue that the people who decide to take our tourist bus want to know the most important tourist attractions in Lanzarote. In fact, we pass near the saltpans and explain them about it (but we don’t stop it) ... I know that some tourists like to buy the salt products sold in the salt warehouse.”

I8 (Tourist guide, Janubio saltpans)

As I argued in the first key theme, Lanzarote is plenty of tourist buses which bring visitors to every corner of the island, indeed, there are different trips where you can explore the island from the north to the south visiting the most important tourist attractions. However, it is really a pity that these buses only stop for few minutes near the salt pans, and therefore as I described before you can't even get off to at least take a little glance and walk through the amazing colorful landscape of the salt pans. Furthermore, the informant told me that the tourist bus company does not allow to get off on the salt pans, nonetheless he gave me no motives for this decision, thus it seemed that perhaps he was unaware about this situation, therefore despite Janubio is located near to the most important tourist attractions of Lanzarote, such as Timanfaya National Park, el Golfo, Los Hervideros, Playa Blanca and the picturesque town of Yaiza it is impossible to visit Janubio by this type of transport, unless one rent a private car or rely to the slow and not efficient service of the public buses.

According to the interviews and the observations undertaken in the field, one might say that Sečovlje salt pans are more visited and appreciated than Janubio, nonetheless both protected areas are suffering the lack of accessibility which in either cases undermines the willing of the visitors to visit these cultural landscapes, and therefore to appreciate and acknowledge their important values. As I argued before, tourism should be compatible with the moral values of the cultural landscapes, that is, visitors ought to be aware that the natural environment of the salt pans is neither a mere commodity as a Luna park in which people have fun with the rides and peculiarities of the place, nor a zoo where visitors delight their trip watching some exotic animals that usually are treated as toys to take some selfies.

The deep values enclosed in these salt pans ought to be respected, and hence both territories have a moral commitment to foster campaigns about the awareness of the importance of these precious but threatened values, thus, to avoid any negative impact which could undermine the fragile environment and its holistic resources. In short, it might be argued that there is a need for a shift from the *visitor perspective* to the *dweller perspective* (Arntzen, 2003), to better esteem the complex non-dualistic interactions and integrations between humans and nature, moreover it is interesting to note that certain adventure tourists and hikers are rather close to the dweller perspective.

In analysing the problematic issue about the respect and awareness of the environment of the salt pans, one informant who also works inside the Sečovlje Salina Nature Park describes some of the visitor's behaviour and certain rules that they need to follow:

"There are also exceptions... some people are not aware of being inside a protected area and for this we are very careful to give information about the rules of behavior during their visit. For example, we explain that they must walk where there are marked paths and not to walk in the middle of the pools of salt. Unfortunately, sometimes there are people who do not follow certain rules, and therefore we have to remember them the appropriate behavior."

I5 (Shop, Sečovlje Salina Nature Park)

It is worth noting that during my frequent visits in these salt pans, it never happened to me to see a visitor polluting the environment or ill-behave, nonetheless according to the informant it seems that there are some visitors who do not respect the rules of the Park, and hence for this reason they need to remind them the appropriate behaviour, indeed, I could argue that the staff such as rangers works efficiently in Sečovlje, and therefore tourism is well managed and monitored.

Unfortunately, unlike Sečovlje, the manifold facilities which visitors evidently would need for a better visit and appreciation of the resources, are almost inexistent in Janubio, hence I can say that these salt pans are not well equipped for tourism. Thus, even if Janubio is much smaller than Sečovlje, and therefore cannot support too much visitors, nonetheless would be highly necessary to undertake the old project of the construction of the interpretation centre and the salt museum which could bring a better valuation of the deep values of the salt pans and therefore strengthen the awareness of their importance. Furthermore, as I argued in the first key theme, most of the paths inside the salt pans are neglected, thus, I think this is the main reason whereby it is difficult to walk through the colourful salt pools to better appreciate the art and skills of the salt workers and their way of engagement with nature. For these reasons, most of the visitors are more likely to take some pictures at the viewpoint located above the salt pans or otherwise buy some products in the warehouse. With these words, a salt worker explains what the most tourists do when they visit Janubio:

“As you can see some tourists visit Janubio given the proximity to the Timanfaya National Park. They come here take some pictures and sometimes buy our products of the warehouse. In my opinion they really enjoy the environment and often they stop at the restaurant “Mirador de las salinas”, which is located above the salt pans and where they can eat and mostly enjoy the amazing view of the salt pans.”

17 (Salt worker, Janubio salt pans)

The words of this salt worker reminds me a group of Japanese visitors who were taking some pictures in the viewpoint, this was a very warm sunny day and most of them were holding umbrellas and wearing caps, at some point they approached to the warehouse and bought a lot of salt bags to bring back home as a souvenir or perhaps for personal use, there, they only remained for few minutes and then immediately returned to their own transport without at least getting closer or walking through the paths. It seems obviously that maybe even for them, those black stony volcanic paths were difficult to get through, even if I think that this is the unique feature of this cultural landscape, nonetheless needs some care and a better maintenance, therefore a salt museum and the interpretation center could be the best thing to do for the enhancement of the entire values of the salt pans.

Nevertheless, the building of these facilities are to be understood not as a petrification or suspension in the time like the museum does with its artworks, hence, the traditional activities of the cultural landscape ought to be carry on to foster a real valorization of the complex relations between human culture and non-human nature, that is, as Ingold points out: “the activities that comprise the taskcape are unending, the landscape is never complete: neither “build” nor “unbuild”, it is perpetually under construction (Ingold, 1993). In my opinion, the somewhat cyclical and never-ending process of interrelations between humans and nature represent the main core and complexity of the so-called cultural landscapes.

In addition, even if Se ovlje salt pans are much more visited and are better positioned as a tourist attraction than Janubio, nonetheless Janubio salt pans are located near to the Timanfaya National Park and others tourist attractions of Lanzarote, hence, I think this could be an advantage for the future sustainable tourism development in the territory, inasmuch that this respect and acknowledge the precious values of this cultural landscape.

7. Conclusion

The puzzling nature-culture dichotomy has been well discussed in the field of humanities so far, this peculiar abstraction of the natural domain into a universal brute object to whom the master cultural domain acts as an absolute civilized tyrant, remains a bottomless vortex in which has been difficult to emancipate it, thus, this western naturalistic ontology represents an unsurmountable hurdle which prevent us to have a better appreciation of nature and its non-human dwellers, moreover the complex relations that humans have with them. As Marshall Sahlins points out regarding this western dualism: “As enchanted as our universe may still be, it is also still ordered by a distinction of culture and nature that is evident to virtually no one else but ourselves” (Sahlins, 2008). It is this way of conceptualization of nature and its submission with culture that I have tried to challenge in this article, hence, I have tried to suggest that ecological anthropology is well fit and in a good position to overcome this reductionist dualism, therefore emphasizing the interactions between a human culture permeated and influenced by a non-passive nature and a nature or non-human domain, being influenced as well, in a cyclical process of continuous interactions.

As I have shown here, cultural landscapes are an interesting category in which the nature-culture relations ought not to be neglected, this is to say, they need to be approached and analysed by the useful tools of ethnographic research. For a better understanding of the complexity of the values which are enclosed in the cultural landscapes, one must consider the people who live within in and the way which they perceive and interact with the environment, thus, talking with them and live close to their environment could better help the analysis of these complex but astounding relations that people have with nature. Furthermore, cultural landscapes are a place where different agencies are at stake, namely they are to be understood as cultural, as well as natural, inasmuch humans and non-humans intentionalities not be obscured or merely naturalizing or culturalizing it. For these reasons, cultural landscapes might be better called “collaborative” or “interactive” landscapes (Plumwood, 2006), that is, collaboration and interaction are the most important features that need to be maintained and preserved for the sake of all living and non-living beings.

The salt pans of Sečovlje located in the upper Adriatic and Janubio in Macaronesia in the North Atlantic Ocean are interesting examples of western cultural landscapes where the continuity of human

and nature interactions is still present nonetheless capitalism and its harmful activities. However, future research needs to be done to better understand if the complex heritage of these cultural landscapes is enhanced or not by both territories, therefore whether a somewhat sustainable and respectful tourism could fit well for the appreciation and acknowledge of the values of these salt pans. As I argued in this article, some important clues I could obtain during my fieldwork observations, nonetheless this was not enough owed to the short period of fieldwork undertaken in Janubio that undermined the comparison of both salt pans and therefore the scope of the research.

Nevertheless these issues, I have tried the best as I could to demonstrate that even in a western context, the complexity of the cultural landscapes like the salt pans of Sečovlje and Janubio should be highlighted and not downplayed for a better valuation of their precious values, thus, in enhancing the holistic values of human and non-human relations these salt pans will continue to foster the collaboration and interaction of culture and nature that has been the core and the life of these cultural landscapes. In short, both territories have the pledge to promote the awareness about these invaluable resources, hence, unlike the neoliberal logic of consumerism and mass tourism which deprive nature with its importance for all living and non-living beings, that is, backgrounding the agency of each organism who dwell in the environment, I have hope that perhaps there is a room for a more ethical, moral and sustainable tourism which would recognize the importance of the natural environment and its manifold intentionalities who always has been interacting with humans and their cultures, thus, forming complex and continuous relations such as the cultural landscapes that are worthy of preservation.

Bibliography

- Århem, K.
1990. "Ecosofia makuna". In *La selva humanizada: ecología alternativa en el trópico húmedo colombiano* (ed.) F. Correa, 106-26. Instituto Colombiano de Antropología. Bogotá.
- Arntzen, S.
2003. Cultural Landscape and Approaches to Nature – Ecophilosophical Perspectives. *Norway: Telemark University Collage*.
- Bacon, P. R.
1987. Use of wetlands for tourism in the insular Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 14 (1): 104–117.
- de Lillo, A.
2010. *Il mondo della ricerca qualitativa*. UTET Università.
- Descola, P.
1992. "Societies of nature and the nature of society". In *Conceptualizing societies* (ed.) A. Kuper, 107-26. London: Routledge.
- Descola, P.
1994. *In the Society of Nature: A native ecology in Amazonia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Descola, P.
1996. "Constructing natures: Symbolic ecology and social practice". In *Nature and society: Anthropological perspectives* (eds.) Descola, Philippe & Gísli Pálsson, 82-102. London/New York: Routledge.
- Descola, P. and Pálsson, G.
1996. "Introduction". In *Nature and society: Anthropological perspectives* (eds.) Descola, Philippe & Gísli Pálsson, 1-21. London/New York: Routledge.
- Elkins, T.H.
1989. "Human and Regional Geography in the German-speaking lands in the first forty years of the Twentieth Century". In *Reflections on Richard Hartshorne's The nature of geography* (eds.) Entriken, J. Nicholas & Brunn, Stanley D, 27. Occasional publications of the Association of the American Geographers, Washington DC.
- Ellen, R.
1996. "Introduction". In *Redefining nature. Ecology, culture and domestication* (eds.) R. Ellen and K. Fukui, 1-36. Oxford: Berg.
- Evans-Pritchard, E. E.
1940. *The Nuer*. Oxford: Oxford University Press.
- Evans-Pritchard, E. E.
1951. *Social Anthropology*. New York: Free Press.

- Gell, A.
1998. *Art and Agency: an anthropological theory*. Oxford: Clarendon.
- Gibson, J.
1979. *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Godelier, M.
1984. *The Mental and the Material: Thought, Economy and Society* (M. Thom, trans.). London: Verso.
- Heidegger, M.
1962. *Being and Time*, trans. MacQuarrie and Robinson, New York: Harper and Row.
- Heidegger, M.
1971. *Poetry, language, thought*. New York, NY: Harper.
- Howell, S.
1984. *Society and Cosmos: Chewong of Peninsular Malaysia*, Chicago and London: University of Chicago Press.
- Ingold, T.
1986. *The appropriation of nature: Essays in human ecology and social relations*. Manchester: Manchester University Press.
- Ingold, T.
1992. "Culture and the Perception of the Environment", In *Bush Base-Forest Farm: Culture, Environment and Development* (eds.) E. Croll and D. Parkins, London: Routledge.
- Ingold, T.
1993. The Temporality of the Landscape. *World Archaeology*, 25 (2): 24-174.
- Ingold, T.
1996. "The optimal forager and economic man". In *Nature and society: Anthropological perspectives* (eds.) Descola, Philippe & Gísli Pálsson, 25-44. London/New York: Routledge.
- Ingold, T.
2000. *The perception of the Environment. Essays in livelihood, dwelling and skill*. London: Routledge.
- James, P.E. & Martin, G.
1981. *All Possible Worlds: A History of Geographical Ideas*. New York: John Wiley & Sons.
- Jones, M.
2003. "The concept of cultural landscape: discourse and narratives". In *Landscape Interfaces: Cultural Heritage in Changing Landscapes* (eds.) Palang, Hannes and Fry, Gary, 21-51. Dordrecht: Kluwer.
- Kareiva P, Watts S, McDonald R, Boucher T.
2007. Domesticated nature: shaping landscapes and ecosystems for human welfare. *Science* 316(5833):1866–1869.
- Karim, W.-J.
1981. *Ma' Batisek concepts of living things*, London: Athlone.
- KPSS.
2011. *Krajinski park Secoveljske soline – Načrt upravljanja 2011 – 2021*.
- Kroeber, A. L. and Kluckhohn, C.
1952. *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers 47.
- Lévi-Strauss, C.
1962. *Le Totémisme Aujourd'hui*. Paris: PUF.
- Luengo, A y Marín, C.
1994. *El Jardín de la sal*. Ed. Excmo. Cabildo Insular de Lanzarote. Cfr.184-185 y 225.
- Marx, K.
1994. *Selected writings* (eds.) Lawrence H. Simpson. Indianapolis & Cambridge: Hackett Publishing Company.
- Næss, A.
1989. *Ecology, Community and Lifestyle*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Næss, A.
1995a. "The Third World, Wilderness, and Deep Ecology". In *Deep Ecology for the Twenty-First Century*. (ed.) George Sessions, 397–408. Boston, London: Shambhala.
- Næss, A.
1995b. "Deep Ecology for the Twenty-Second Century". In *Deep Ecology for the Twenty-First Century*. (ed.) George Sessions, 463–468. Boston, London: Shambhala.

- Plumwood, V.
2006. The concept of a cultural landscape. *Ethics and the Environment*, 11/2.
- Puche Riart, Octavio; Ayarzagüena Sanz, Mariano y Mazadiego Martínez, Luis Felipe.
2009. Patrimonio salinero español. En: „*La aportación histórica de la sal: investigación y puesta en valor*“. *Memorias de la Sociedad Española de Historia de la Arqueología* (II). (ed.) Sociedad Española de Historia de la Arqueología (SEHA), 103-120. Toledo. ISBN 978-84-692-4848-5.
- Rappaport, R.
1968. *Pig for the Ancestors: Ritual in the Ecology of a New Guinea People*, New Haven: Yale University Press.
- Rappaport, R.
1971. Ritual, Sanctity and Cybernetics. *American Anthropologist* 73: 73-76.
- Rappaport, R.
1979. *Ecology, Meaning and Religion*, Berkeley: North Atlantic Books.
- Reichel-Dolmatoff, G.
1971. *Amazonian Cosmos: The Sexual and Religious Symbolism of the Tukano Indians*, Chicago: University of Chicago Press.
- Ritchie, J. & Lewis, J.
2003. *Qualitative research practice. A Guide for Social Science Students and Researchers*, London: Sage Publications.
- Rosset, C.
1973. *L'anti-nature: Eléments pour une Philosophie Tragique*, Paris : Presses Universitaires de France.
- Sahlins, M.
2008. *The Western Illusion of Human Nature : With Reflections on the Long History of Hierarchy, Equality and the Sublimation of Anarchy in the West, and Comparative Notes on Other Conceptions of the Human Condition*, Chicago: Prickly Paradigm Press.
- Sauer, C.
1925. The Morphology of Landscape. *University of California Publications in Geography*, 22: 19-53.
- Searle, J.
1995. *The Construction of Social Reality*, London: Allen Lane.
- Seeger, A.
1981. *Nature and Society in Central Brazil*, Cambridge: Harvard University Press.
- Škornik, I., Sovinc, A., Gogala, A.
2004. *Sečovlje Salina Nature Park*, CD-ROM, Soline Co. Ltd.
- Sovinc, A.
2008. Sečovlje Salina Nature Park, Slovenia – new business model for preservation of wetlands at risk. *Global NEST Journal*, Vol 11, No 1, pp 19-23, 2009.
- Sovinc, A.
2011. Sečovlje Salina Nature Park, Slovenia: Latest development and important cultural activities. In: Papayannis, T., Pritchard, D.: *Culture and Wetlands in the Mediterranean: an Evolving Story*. Athens, Med-INA, 227–234.
- Sovinc, A.
2012. Assessment of the use values of the Sečovlje Salina Nature Park (Slovenia). *Annales: Series Historia Naturalis* 22.2 (2012): 189-196.
- Strathern, M.
1980. “No nature, no culture: the Hagen case”. In *Nature, culture and gender* (eds.) Mac Cormack and M. Strathern, 174-222. Cambridge: Cambridge University Press.
- T i l l e y, Christopher.
1994. *A Phenomenology of Landscape. Places, Paths and Monuments*. Oxford: Berg Publishers.
- UNESCO (United Nations Educational S, and Cultural Organization) (1996) *Operational guidelines for the implementation of the world heritage convention*. UNESCO, Paris. <http://whc.unesco.org/archive/opguide05-annex3-en.pdf>
- Viveiros de Castro, E.
1998. “Cosmological deixis and Amerindian perspectivism.” *Journal of the Royal Anthropological Institute* 4 (3): 469–88.
- Vodeb, K.
2014. *Trajnostni razvoj turističnih destinacij alpsko – jadranskega prostora*. University of Primorska.

- Wang, Chun-Hsi and Fu, Chao-Ching.
2011. The Sustainable Development of the Cultural Landscape of Jianan Irrigation System in Taiwan.
Presented at the ICOMOS 17th General Assembly and Scientific Symposium, Paris, France.
- Weber, M.
2002 "Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology". In *Readings in Economic Sociology* (ed). N. W. Biggart, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK.
- World Heritage Centre.
2008. *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.

Notas

- ¹ Dedi. *Secoveljske soline*. (Retrieved from: <http://www.dedi.si/dediscina/430-secoveljske-soline>, accessed 17, October 2015)
- ² Cooperazione territoriale europea programma per la cooperazione transfrontaliera *Italia Slovenia*. (Retrieved from: http://www.italaslo.eu/projects/projects_2007_2013/2012110811544976, accessed 8, January 2016)
- ³ Gobierno de Canarias Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial Dirección General de Ordenación del Territorio. (2006). *Normas de conservación del sitio de interés científico del Janubio*.
- ⁴ Salinas de Janubio. *Historia*. (Retrieved from: <http://www.salinasdejanubio.com/historia.html>, accessed 10, March 2016)
- ⁵ Salinas de Janubio. *Medioambiente*. (Retrieved from: <http://www.salinasdejanubio.com/medioambiente.html>, accessed 10, March 2016)
- ⁶ See reference above.
- ⁷ Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, better known as Plan Futures, was a Spanish plan launched 13, November 1991 to help and fund different touristic projects and activities in the country.
- ⁸ Plan Futures Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Secretaria General de Turismo Promotor Cabildo Insular de Lanzarote. (1993). *Proyecto de Demostración Centro Turístico Casa de la Sal Salinas de Janubio, Yaiza, Lanzarote, Canarias*.

Recibido: 25/02/2018
Reenviado: 18/02/2019
Aceptado: 29/03/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos

Carta de Boas Práticas

DOURO EM MOVIMENTO
ALDEIAS COM VIDA



03

Turismo
Património
Desenvolvimento



Turismo de sol e mar e a territorialização do destino Maceió, Brasil

Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos*

Lindemberg Medeiros de Araujo** Silvana Pirillo Ramos***

Universidade Federal de Alagoas (Brasil)

Resumo: O trabalho examina a territorialização do turismo no destino Maceió, Estado de Alagoas, Brasil. Delineia-se a produção histórica e espacial desse destino, analisando-se as territorializações que se consolidaram como resultado do modelo dominante de desenvolvimento turístico local, com ênfase em período recente. Adotou-se uma abordagem qualitativa, com análise documental e entrevistas semiestruturadas com informantes relacionados ao governo e ao trade turístico, e outros ligados ao turismo nessa destinação. Constatou-se a necessidade de se repensar a sustentação territorial deste destino, com base em mobilização dos seus recursos físicos, naturais, ambientais, sociais e culturais, e não apenas em atrativos massificados de sol e mar. Seria importante ainda: valorizar elementos culturais singulares; diversificar a oferta; e inserir elementos culturais identitários para fortalecer a imagem do destino.

Palavras-chave: Turismo; Território; Destino; Maceió; Brasil.

Sun and sea tourism and the territorialization of the destination Maceió, Brazil

Abstract: This study examines tourism territorialization in the destination Maceió, Brazil. To this aim, the historic production of the space of the destination Maceió is outlined and an analysis is conducted of the territorializations that have materialized as a result of the prevailing model of local tourism development, with an emphasis on recent years. A qualitative approach was adopted, with analysis of documents and semi-structured interviews with key individuals of the government, tourism trade, and others. Results identify serious constraints to an effective consolidation of the destination Maceió. The study identifies the need to rethink the sustainability of this destination based on the mobilization of its rich physical, natural, environmental, social and cultural resources, and not only based on the destination's natural resources. It would also be important to: value unique local cultural elements; diversify supply; and insert cultural identity elements to strengthen the image of destination.

Keywords: Tourism; Territory; Destination; Maceió; Brazil.

1. Introdução

A dinâmica territorial das atividades humanas é governada pela confluência de interesses de diferentes agentes sociais que deixam marcas no tempo e no espaço (Harvey, 1989), constituindo fatores intrínsecos aos processos de territorialização, tanto de cunho material quanto em relação a sua representação simbólica (Haesbaert, 2004; 2012). A influência de interesses na determinação das configurações territoriais constitui um fenômeno comum a todas as atividades socioeconômicas como, por exemplo, agricultura, extrativismo, mineração e comércio, tanto em países desenvolvidos quanto naqueles em desenvolvimento, incluindo os setores primário, secundário e terciário da economia. Assim, essa asserção se aplica igualmente ao turismo, uma atividade que nas últimas décadas organizou e

* Universidade Federal de Alagoas (Brasil); E-mail: daniel_tur@hotmail.com

** Universidade Federal de Alagoas (Brasil); E-mail: lmedeirosbr@gmail.com

*** Universidade Federal de Alagoas (Brasil); E-mail: silvanapirillo@uol.com.br

reorganizou territórios em vastas áreas do planeta, principalmente em regiões litorâneas, causando mudanças econômicas, sociais, culturais, políticas e ambientais. Por isso, é necessário se pensar como se dão as relações entre os processos de territorialização e a espacialização do turismo, adotando como premissa fundamental que não há atividade humana que não interfira no espaço e nos processos de territorialização.

O turismo é um fenômeno multifacetado que envolve uma ampla cadeia produtiva. Por isso, a apropriação do espaço por ele realizada inclui aspectos materiais, a exemplo da infraestrutura urbana básica e aquela voltada diretamente ao uso turístico, como a rede de hospedagem e os receptivos (Rodrigues, 1997, 1997a). Os aspectos imateriais, de natureza cultural e simbólica, também são apropriados pelo e para uso turístico, tornando-se não somente parte dos atrativos dos destinos, mas também constituindo elementos que influenciam a própria produção do espaço. Além disso, o turismo envolve interfaces com diversas outras dimensões da realidade, a exemplo da econômica, da social, da ambiental e da esfera política, o que aumenta seu potencial de configurar e reconfigurar territórios (Rodrigues, 1997, 1997a; Cruz, 2000; 2001), influenciando na formação espacial dos destinos. Sob essa perspectiva é que opera um processo espacial de territorialização impulsionado pelo turismo denominado turistificação.

Este trabalho aborda como se deu a territorialização do destino Maceió, capital do Estado de Alagoas, com ênfase no período recente. Esse destino localiza-se no litoral da região Nordeste do Brasil (Figura 1). Esta cidade conta com uma população de aproximadamente 1 milhão de habitantes (IBGE, 2018), tendo recebido cerca de 1,7 milhões de visitantes em 2016 (Alagoas, s.d.). Esse destino teve seu desenvolvimento turístico fomentado a partir da década de 1970, quando o governo estadual constatou o potencial local para o histórico-cultural em Maceió. A turistificação desse destino está ancorada em uma oferta excessivamente centrada em atrativos de sol e mar, de modo semelhante ao que ocorre em incontáveis outros destinos de massa ao redor do mundo. O estudo buscou responder a duas questões inter-relacionadas: 1. Como a territorialização do turismo de massa, sob o segmento de sol e mar, influenciou a formação espacial do destino Maceió? 2. Quais agentes influenciaram mais a evolução do destino Maceió, com ênfase no período recente? O trabalho tem como objetivo geral compreender como se deu a evolução recente do destino Maceió, identificando os principais fatores intervenientes, com ênfase no papel desempenhado nos pelos agentes envolvidos.

A pesquisa empregou uma abordagem qualitativa, que envolveu a coleta de dados por meio de pesquisa documental (relatórios e dados estatísticos da Secretaria de Turismo do Estado de Alagoas – Setur; legislação e atas de reuniões), observação de campo, e entrevistas semiestruturadas com 18 (dezoito) indivíduos, compostos por representantes do *trade* turístico, agentes públicos ligados ao fomento do turismo no destino, e pesquisadores. As entrevistas, que tiveram o livre consentimento dos entrevistados, foram gravadas e transcritas e posteriormente submetidas a análise discursiva.

2. Marco Teórico: espaço, turistificação e território em destinos turísticos

O turismo é uma prática social que envolve o deslocamento de pessoas (Urry, 1990) e que tem como seu objeto de consumo o espaço (Rodrigues, 1997, 1999; Cruz, 2000, 2001). Dessa forma, a atividade turística interfere na dinâmica espaço-territorial dos lugares e produz um processo denominado turistificação (Rodrigues, 2015; Fratucci, 2008; Knafou, 2001, 2001). Fratucci (2008) afirma que esse termo tem sido utilizado nos estudos do turismo para

[...] designar o processo de apropriação de trechos do espaço pelos agentes do turismo para a implantação da atividade turística, pela inclusão de novos fixos e/ou da refuncionalização de outros já existentes e de novos fluxos e relações que caracterizam o turismo como fenômeno socioespacial contemporâneo (Fratucci, 2008, p. 66).

A turistificação do espaço gera consequências materiais e simbólicas. Ela está intimamente ligada aos processos de expansão da atividade turística em diversas escalas. Para este trabalho compreendemos a turistificação como um processo espacial de territorialização pelo e para o turismo, assentado em uma lógica de produção do espaço que tem por finalidade produzir e reproduzir a atividade turística, com base em uma relação entre o turismo e diversas outras atividades socioeconômicas que formam o espaço geográfico. Entendemos que o turismo é um fenômeno consumidor e produtor de espaço, portanto uma atividade territorializadora, mas que depende de outras atividades socioeconômicas presentes nos lugares turísticos para se realizar.

Os conceitos de espaço e território podem contribuir para avanços na compreensão de como a turistificação ocorre e sobre suas implicações para os destinos. Nesse sentido, Lefebvre (1992), Santos (2008) e Harvey (1989), não obstante diferenças conceituais nas suas respectivas produções teóricas, entendem o espaço como produto das relações da sociedade com a natureza. Por isso, a contribuição teórica desses autores permite uma compreensão do espaço que não se restringe à descrição dos seus componentes materiais. Consideremos, então, que o espaço como categoria analítica constitui um ente que é, simultaneamente, produto e produtor da ação humana, uma noção que está alinhada com o pensamento de Santos (2008), para quem

[...] o espaço [é] uma instância da sociedade, ao mesmo título que a instância econômica e a cultural-ideológica. Isso significa que, como instância, ele *contém* e é *contido* pelas demais instâncias, assim como cada uma delas o contém e é por ele contida. A economia *está* no espaço, assim como o espaço *está* na economia. O mesmo se dá com o político-institucional e com o cultural-ideológico. Isso quer dizer que a essência do espaço é social (2008, p. 12).

De maneira semelhante, Harvey (1989) propõe que o espaço geográfico também é construído historicamente pelo ser social. Harvey analisa a relação entre o espaço e o tempo histórico, buscando identificar fatores multidimensionais intervenientes (econômicos, políticos, culturais, etc.), afirmando que o espaço é relacional. Ele também explora o modo pelo qual representamos o espaço e o tempo, argumentando que os fluxos espaciais estão contidos no espaço produzido, enfatizando, com esse argumento, uma concepção simbólica e identitária do espaço, conceito herdado de Lefebvre (1992).

Já o conceito de território é compreendido, neste trabalho, como resultado da apropriação e ocupação do espaço geográfico por grupos sociais, o que gera identificações socioespaciais, de cunho material e simbólico. Conforme Haesbaert (2004), a etimologia do termo território surge com uma dupla conotação: material, *terra/territorium* e simbólica, *terrio/territor* (terror, aterrorizar). Esse autor explica que essas raízes etimológicas têm relação respectivamente com os significados de dominação jurídico-política da terra e com a imposição do medo para aqueles que ficam impedidos de adentrar a essa “terra” ou território. Entende-se também que os privilegiados pelo usufruto do território apropriam-se efetivamente e identificam-se com os territórios que se encontram sob o seu domínio. Em qualquer desses significados o conceito de poder insere-se, seja ele no seu sentido concreto (de dominação) ou no seu sentido simbólico (de apropriação) (Haesbaert, 2012). Para Raffestin (1993), o território é uma construção conceitual a partir da noção de espaço, ao argumentar que o espaço geográfico é uma base que antecede a formação de um território, sendo resultante das ações sociais pelas quais os indivíduos e grupos sociais se apropriam de porções espaciais de forma concreta ou abstrata, territorializando-as. Em última instância, o território é um campo de forças e de relações de poder que são espacialmente delimitadas e que operam sobre um substrato de referência.

Neste trabalho, consideramos a turistificação como um processo espacial de territorialização pelo e para o turismo, assentado na produção espacial e que tem por finalidade a produção e a reprodução da atividade turística e dos interesses envolvidos, do ponto de vista material e simbólico. Nesse sentido, partimos do princípio de que não há espaço turístico *per se*, e sim espaço geográfico territorializado pelo turismo, por meio de um processo de turistificação. Do contrário, haveria o risco de um reducionismo estéril que ignoraria as relações do turismo com as dimensões físico-naturais, econômicas, sociais, culturais e políticas, sem as quais o turismo não existiria.

É nesse contexto que são produzidos os destinos, enquanto territórios turísticos. Na síntese conceitual de Haugland et al. (2011), para autores como Gunn (1994), Pearce (1989), Hu e Brent Ritchie (1993), Buhalis (2000), e Murphy, Pritchard e Smith (2000), os destinos turísticos podem ser considerados como redes complexas que envolvem um grande número de agentes, sendo estes coprodutores, capazes de oferecer uma variedade de produtos e serviços. Nesse sentido, enquanto os visitantes podem perceber o destino como uma unidade capaz de ofertar uma experiência integrada, ou um produto (Buhalis, 2000; Murphy; Pritchard; Smith (apud Haugland et al., 2011), esta experiência, ou produto, ainda continua sendo produzida e composta por esses atores (Haugland et al., 2011). É no destino que se encontram reunidos os aspectos mais centrais do turismo, quais sejam: a demanda turística, os transportes, os suprimentos e o mercado. O destino e as imagens por ele geradas atraem os turistas e movimentam o sistema de turismo (Haugland et al., 2011), valorizando certos recursos e interesses e, ao mesmo tempo, marginalizando outros.

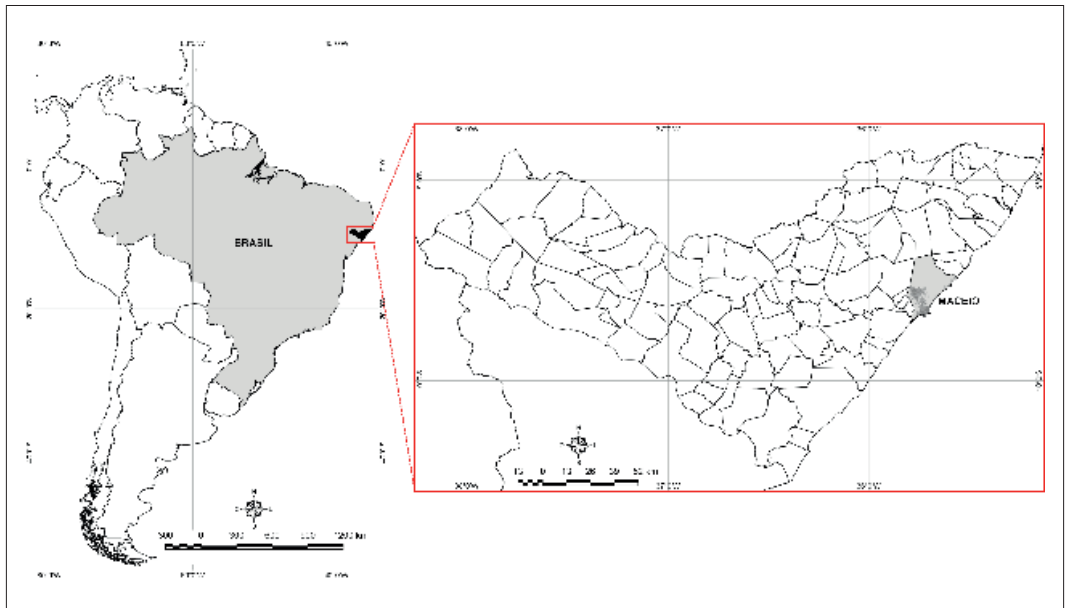
De forma semelhante, González Reverté e Antón Clavé (2007) consideram que o destino turístico pode ser analisado como um sistema territorial, o qual teria características específicas, no que se refere

à sua finalidade social, isto é, a gestão das expectativas dos turistas. Suas características específicas também estão condicionadas por fatores como a legislação vigente, a tecnologia disponível localmente e os agentes intervenientes em seu desenvolvimento. Conforme Knafou (2001), os agentes do mercado turístico e os promotores territoriais dessa atividade, ao escolherem, delimitarem, criarem e inventarem os lugares para o turismo, têm um grande poder de influência sobre a configuração e reconfiguração dos destinos. Esses promotores do turismo canalizam ações de *marketing* e de produção do território turístico, seja diretamente no interior das cidades ou indiretamente nas áreas sob a sua influência.

Com suporte na discussão teórica anterior, e com o objetivo de contribuir com o avanço na teorização desse conceito, propomos a seguinte concepção espacial de destino turístico: se trata de uma porção do espaço geográfico, turistificada ou territorializada pelo turismo, que abrange territórios pré-existentes, assim como a contribuição do próprio turismo frente à formação da configuração territorial de uma região ou localidade.

Um destino turístico, assim como o território que é resultante da turistificação, apresenta limites mais ou menos flexíveis, respondendo ao movimento dos próprios turistas, do mercado e do governo, a partir de uma referência espacial central, normalmente uma cidade. Ao mesmo tempo, o espaço geográfico e os territórios precedentes, que se estendem por uma área que excede em graus variáveis os limites do destino, são basilares para a formação do próprio destino, uma vez que oferecem suporte físico, biológico, econômico, social e cultural que servem de recursos para a composição da própria oferta turística local e regional, conferindo uma identidade particular ao destino. Dito de outra forma: quando o turismo se materializa sobre uma base espaço-territorial preexistente, os agentes que comandam o funcionamento do destino mobilizam os elementos de interesse para o turismo e dinamizam o território, recebem influências dele (do território) e, dialeticamente, influenciam a sua dinâmica, um fenômeno que pode ser demonstrado empiricamente pelo processo de territorialização do destino Maceió, que tem sua localização situada na figura 1.

Figura 1: Mapa de localização do destino Maceió



Fonte: elaborado pelos autores.

3. Estudo de Caso

3.1. O destino Maceió: breve retrospecto histórico-espacial

O desenvolvimento do destino turístico Maceió, desde os seus primórdios teve por base atratividades de sol e mar, resultado da sua natureza de cidade litorânea com características fisiográficas muito

atrativas e das escolhas feitas pelos promotores do destino. Segundo Veras Filho (1991), o turismo teve início em Maceió nas últimas décadas do século XIX. Até meados do século XX, a influência de um turismo ainda incipiente na urbanização da cidade foi limitada, tanto pela relativa pequena expressão numérica de visitantes quanto pela existência apenas de hotéis de pequeno porte e com características tradicionais. Para Veras Filho (1991), Costa (1998) e Rangel (2010) a década de 1970 representa os primórdios da expansão turística em Maceió nos moldes contemporâneos, com importantes melhorias na sua infraestrutura básica e nos equipamentos turísticos.

Assim, a década de 1970 presenciou uma etapa de crescimento e modernização do turismo em Maceió. A cidade cresceu, a orla do bairro de Pajuçara foi urbanizada (em 1974) e foi aberta a avenida que atualmente liga o bairro de Ponta Verde à chamada Lagoa da Anta, atualmente denominada Avenida Álvaro Otacílio. A partir dessas transformações urbanas, foram inaugurados restaurantes e hotéis de grande porte nessa parte da cidade. Com isso, o trecho de orla formado pelos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca se tornou a área central da urbanização turística e das atividades de lazer da cidade.

Em estudo sobre o ciclo de vida do destino Maceió, com base no modelo *TALC – Tourist Area Life Cycle*, de Butler (1980), Rangel (2010) identificou as fases do ciclo de vida desse destino, até o ano de publicação do seu estudo (2010). O modelo de Butler (1980) distingue cinco fases evolutivas de um lugar turístico, a saber: Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação e Estagnação. Rangel (2010) situa temporalmente as seguintes fases do ciclo de vida do destino Maceió (Quadro 1): Antecedentes (1937-1978), Desenvolvimento (1979-1985), Consolidação (1986-1988), Estagnação (1989-1996) e Pós-estagnação (a partir de 1997). Diante da inexistência de dados para caracterizar as fases Exploração e Envolvimento, Rangel (2010) denominou o tempo anterior à fase Desenvolvimento de “Antecedentes” e analisou o ciclo de vida desse destino a partir da fase Desenvolvimento.

Para Rangel (2010), apesar de a literatura identificar atividades turísticas na cidade de Maceió e no Estado de Alagoas já na década de 1930, como mencionado por Brandão (1937), no seu livro “*Vade-Mecum* do turista em Alagoas”, tais atividades eram incipientes e esparsas. Em seu estudo, Rangel (2010) identifica a inauguração do Hotel Jatiúca, em 1979, como o evento que precipitou o início do estágio “desenvolvimento” (Butler, 1980) do destino Maceió, marcado desde aquele ano pela venda de um produto que tinha como base uma oferta de sol e mar, e que se estendeu até o presente, com indicativos atuais de continuação nos anos seguintes.

Com avanços na sua infraestrutura turística, Maceió experimentou rápido crescimento na sua demanda turística, com a beleza cênica da cidade e a natureza, particularmente as praias, funcionando como os grandes fatores de atração (Costa, 1998). Entre 1980 e 1990, o Estado de Alagoas, cuja maior parte do fluxo se concentra em Maceió, chegou a ser um dos destinos turísticos mais visitados da região Nordeste do Brasil. Contudo, após passar por uma fase de estagnação houve um acentuado declínio na demanda turística do destino, devido a problemas político-institucionais locais e instabilidades econômicas no país (Costa, 1998). Na primeira metade da década de 1990, conforme dados da Comissão de Turismo Integrada do Nordeste – CTI/NE, o destino Maceió chegou a ocupar as últimas posições na preferência dos turistas que visitaram a região Nordeste do país naquele período (Martins, 2009). Tal fato desencadeou o início de uma fase de estagnação do destino. Fatores de ordem econômica, política, e ambiental, atuando juntos naquele período histórico, funcionaram como uma barreira que limitou temporariamente a continuidade do crescimento do destino, até aproximadamente 1996, com o ano de 1997 marcando o início de um processo de rejuvenescimento.

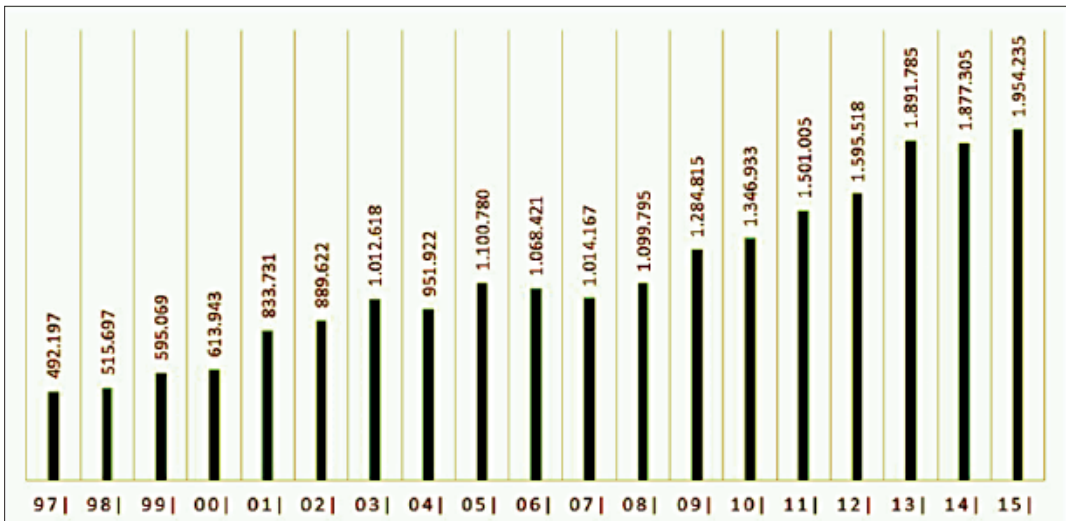
3.2. Pós-estagnação – rejuvenescimento do destino Maceió

O modelo de Butler (1980) prevê que quando um lugar turístico (destino) atinge uma fase de estagnação ele passará por um dos seguintes cenários: Declínio, Estabilização ou Rejuvenescimento. O destino Maceió passou por uma fase de estagnação, que se iniciou em 1989 e terminou em 1996, com o ano de 1997 marcando o início de um processo de rejuvenescimento (Figura 2). Se o destino chegou à estagnação com base em uma oferta de sol e mar, foi também com esse tipo de oferta que o rejuvenescimento ocorreu (Alagoas, s.d.), consolidando a oferta turística de sol e mar como força motriz principal do destino Maceió. Por exemplo, entre 1998 e 2006, 53,09% dos visitantes do destino Maceió veio a passeio e em média 93,58% deles informou que os atrativos naturais foram o principal fator influenciador da escolha do destino, motivo citado também por 98,33% dos turistas que visitaram o destino em 2003 (Vasconcelos, 2005).

Quadro 1: Fases do ciclo de vida do destino Maceió.

Fase	Período	Fatos marcantes no período
Antecedentes	... – 1978	Período dos primórdios do contato dos turistas com destino Maceió. Esse momento abarca os fatos anteriores à inauguração do Hotel Jatiúca, importante marco para o turismo de Maceió.
Desenvolvimento	1979 – 1985	Inauguração do Hotel Jatiúca. Início da divulgação do destino. Aumento da demanda turística.
Consolidação	1986 – 1988	Divulgação do destino e crescimento da hotelaria. Aumento acentuado da demanda turística. Maceió se consolidou como destino turístico de sol e mar.
Estagnação	1989 – 1996	O destino Maceió entra em relativa estagnação de demanda turística. Problemas políticos do estado e do município. Problemas ambientais (lixo na cidade, praias poluídas, etc.).
Pós-Estagnação (Rejuvenescimento)	1997 – ...	Retomada de crescimento na demanda de turistas. Crescimento na oferta hoteleira em Maceió e outros municípios de Alagoas. Incrementos na gestão pública e privada do destino Maceió e do destino Alagoas.

Fonte: elaboração dos autores com base em Rangel (2010).

Figura 2: Representação evolutiva do fluxo global de visitantes em Maceió (1997 a 2015) – número de visitantes/ano

Fonte: elaboração dos autores, com base em Alagoas (s.d.).

Além de depender quase que exclusivamente de uma oferta de sol e mar, o destino Maceió é afetado por uma marcada sazonalidade climática, havendo uma baixa acentuada na demanda turística nos meses chuvosos, ou seja, de março a agosto. Por isso, os promotores do destino buscaram diversificar a oferta turística de Maceió para enfrentar a baixa temporada, tentando desenvolver atrativos ligados ao patrimônio histórico-cultural. A principal tentativa de diversificação foi um conjunto de ações voltadas à revitalização do histórico bairro portuário de Jaraguá, bairro esse que é considerado como

um dos principais centros irradiadores da formação urbana da cidade de Maceió. Essa tentativa foi financiada com recursos do Programa para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – Prodetur/NE, e foi implantada nos últimos anos da década de 1990 e início dos anos 2000 (Vasconcelos, 2005). Entretanto, essa estratégia teve apenas resultados temporários, pois depois de experimentar intensa visitação turística e de residentes durante os primeiros anos das ações de revitalização, por volta de 2003 o bairro já havia perdido quase todo o impulso atrativo pós-reativação, voltando a ser um lugar relativamente à margem dos fluxos turísticos da cidade até o presente.

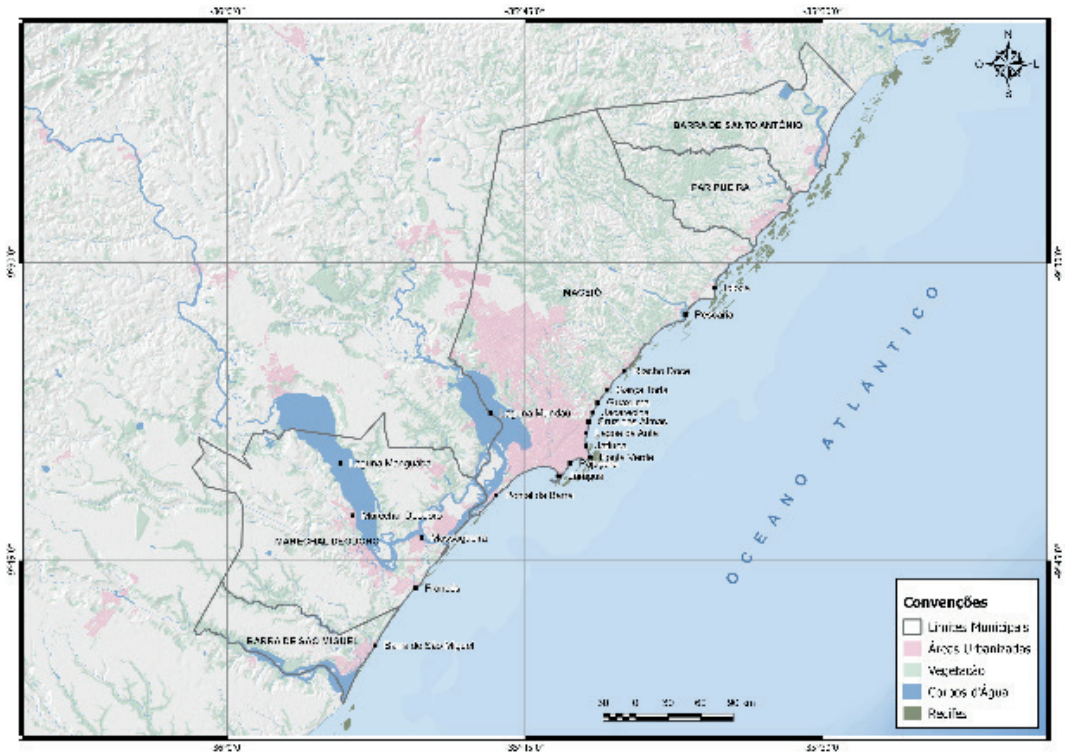
Em anos subsequentes, dois outros importantes projetos foram implantados com o objetivo de oferecer melhores condições para a expansão do destino e, até certo ponto, fomentar a diversificação da oferta turística local. O primeiro projeto, inaugurado em 2005, foi o Centro Cultural e de Exposições de Maceió. Conforme Martins (2009), até aquele ano, Maceió era a única capital do Nordeste brasileiro que não contava com um equipamento prioritariamente destinado à realização de convenções. Para esse autor, a construção desse equipamento fomentou outros segmentos de turismo, com destaque para o segmento de eventos. O segundo projeto foi a construção do novo Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, também inaugurado em 2005. O novo aeroporto capacitou Maceió e Alagoas a receberem voos internacionais, influenciando o crescimento do turismo em Maceió e outros lugares que compõem esse destino, a exemplo da Praia do Francês, Barra de São Miguel e litoral norte do município de Maceió. Segundo dados oficiais (Alagoas, s.d.), no ano de 2005 o destino Maceió recebeu 1.100.780 visitantes, superando a marca de 951.922 visitantes registrada no ano anterior.

Na segunda metade da década de 2000, os bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca (Figura 3) passaram por um processo de adensamento populacional e valorização fundiária (Martins; Lima, 2007). Como consequência e também impulsionado pelo aumento da demanda turística, registrou-se um crescente aumento na verticalização das construções nesses bairros, com edificações destinadas aos grupos sociais de renda alta e média, além de maciça concentração de imóveis comerciais e de serviços gerais, como galerias, clínicas médicas, assim como aqueles mais diretamente ligados ao lazer, como bares e restaurantes, além de diversos tipos de meios de hospedagem, desde os mais simples, como albergues e pousadas, até hotéis que estão incluídos entre os mais sofisticados da cidade. Representantes do governo estadual e municipal entrevistados para este trabalho identificaram a valorização desse trecho da cidade pelo turismo. Ao questionarmos sobre qual ou quais seriam os pontos fortes do destino Maceió, a maioria dos entrevistados deu centralidade à orla dos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca como o espaço mais favorável e valorizado para o turismo nesse destino.

Os investimentos em urbanização feitos nesse trecho turístico da capital alagoana, o aumento do fluxo de visitantes e o crescimento econômico da atividade turística, levaram grupos nacionais, internacionais e locais a investir mais em infraestrutura hoteleira. Como consequência, no ano de 2013 existiam 116 empreendimentos hoteleiros em Maceió, que ofereciam 6.280 unidades habitacionais, somando um total de 16.076 leitos, a maioria localizada justamente nos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca (Alagoas, s.d.). Além disso, na última década ocorreram importantes intervenções espaço-territoriais em Maceió que deram sustentação ao seu processo de rejuvenescimento. Por exemplo, foi implantado um projeto de requalificação urbana em Maceió, no período 2007-2009, quando o poder público municipal promoveu obras de reestruturação da orla dos três bairros mencionados acima. Essas intervenções consolidaram, ainda mais, esse trecho litorâneo como o principal corredor de turismo e de lazer da cidade.

Logo após à consolidação dessa parte da orla como referência do turismo de sol e mar em Maceió, no ano de 2010 surgem notícias sobre uma possível continuação da revitalização dessa área da cidade, dessa vez contemplando o trecho litorâneo dos bairros de Cruz das Almas e Jacarecica, com uma extensão de aproximadamente três quilômetros. Com as obras iniciadas em 2014, custeadas por investimentos feitos por uma parceria firmada entre a Prefeitura de Maceió e o Ministério do Turismo (MTur), o projeto foi concluído em 2015. A revitalização desse novo trecho da orla de Maceió parece confirmar a existência de um processo de valorização do litoral norte do município de Maceió. No sentido norte, seguem-se os bairros de Guaxuma, Garça Torta, Riacho Doce, Pescaria e Ipióca, somando esses cinco bairros aproximadamente 19 km de um litoral que é contemplado com alto potencial paisagístico natural, composto de praias, rios, coqueirais, remanescentes de Mata Atlântica e manguezais. Essa parte do litoral de Maceió já possui diversas pousadas, hotéis e *resorts*. Não sem razão, essa parte da cidade vem sendo alvo de um visível processo de especulação imobiliária, relacionada não apenas ao turismo e ao veraneio, mas igualmente à função residencial.

Figura 3: Destino turístico Maceió e seus lugares.



Fonte: elaboração dos autores.

Grupos ligados ao setor imobiliário conseguiram sucesso ao pressionarem o poder público no sentido de flexibilizar a legislação edilícia que incide sobre essa parte de Maceió (KRELL, 2008), sem o que muitas das intervenções imobiliárias recentes não teriam sido possíveis. Como resultado dessa mudança nos marcos legais do uso do solo, o bairro de Guaxuma está passando pelo início de um processo de verticalização, com a construção de prédios altos localizados próximos à praia.

3.3. Territorialidades da turistificação de Maceió em período recente

Na opinião de alguns dos entrevistados para este trabalho, os investimentos feitos em infraestrutura urbana e o alinhamento do *trade* turístico local com o poder público em anos recentes geraram bons resultados para o turismo em Maceió, o que contribuiu para um crescimento sustentado da demanda turística do destino de 1997 a 2015, tendência que continua no presente. De 1997 a 2015 o Maceió experimentou um rejuvenescimento, quando a demanda turística do destino quase quadruplicou em um período de apenas 18 anos. Verifica-se nesse rejuvenescimento a prevalência de interesses específicos influenciando as decisões sobre o sentido espacial da turistificação em Maceió, com o alinhamento dos interesses do *trade* turístico com os promotores públicos do turismo. Como prevê Harvey (1989), a confluência de determinados interesses governa a territorialização das atividades humanas. A reiterada eleição da orla marítima de Maceió como lócus dos investimentos em infraestrutura para atrair o turismo parece refletir a proposição de Haesbaert (2012) de que as representações simbólicas, neste caso, o imaginário do turismo de sol e mar, também têm influenciado a produção do território turístico no destino Maceió.

Outro aspecto importante da territorialização do turismo em Maceió é que suas influências se estendem a outros municípios do litoral alagoano, caracterizando uma capacidade de indução do desenvolvimento turístico a partir da capital para seu espaço circundante, tanto no sentido norte quanto em direção ao sul. Mais uma vez, essa situação parece refletir material e simbolicamente (Haesbaert, 2012) o território

turístico litorâneo predominante em Alagoas que, em termos mercadológicos, é vendido e divulgado turisticamente como “destino Maceió”. Essa influência territorial a partir de Maceió também tem suporte na rede de facilidades infra e superestruturais do núcleo irradiador de turismo receptivo, ou como denominam os técnicos de turismo entrevistados, a influência do “portão de entrada” Maceió, que serve como foco de irradiação dos fluxos turísticos para as áreas influenciadas por esse núcleo. Nesse caso, se refletem as influências do governo aliadas à iniciativa privada, nas decisões que determinam a territorialização do destino Maceió. Não por acaso, ao mesmo tempo fica clara a ausência de participação nas decisões de representantes de interesses não dominantes (para além daqueles da iniciativa privada e dos promotores territoriais ligados ao governo), o que relega os interesses dos grupos que representam o patrimônio histórico-cultural tradicional (artesãos, artistas, produtores culturais etc.) a segundo plano, o que tem impedido historicamente a emergência de uma diversificação na oferta turística no destino Maceió.

As falas seguintes dos entrevistados dão suporte a essa interpretação, pois denotam como a formatação da oferta do destino Maceió se orienta pelos interesses do turismo de massa de sol e mar:

Há dois produtos turísticos [...] que são vendidos no mercado: o vendido pelo setor político-institucional, e tem espaço geográfico nos limites do município de Maceió; e o vendido pelo setor privado. Neste último, o produto turístico Maceió [...] é apresentado como tendo espaço geográfico todo território de Alagoas, principalmente a zona litorânea.

Então, sobre esse aspecto, não dá pra desconsiderar (sic) o turismo em Maceió sem considerar as suas extensões nos dois litorais, principalmente [...] a região que vai até Barra de Santo Antônio até Barra de São Miguel, na verdade faz parte aí, do turismo de Alagoas. É uma coisa que é assim indivisível [...] mas agora sim estendendo [...] vai também um pouco até [...] Piaçabuçu, né, do Rio São Francisco, e é também por conta do passeio que você vai e volta no mesmo dia, como é o caso de Maragogi.

A análise dessas falas confirma de alguma forma que as relações da sociedade com a natureza têm grande influência na produção do espaço, como entendido por Lefebvre (1992) e Harvey (1989). Por exemplo, em Maceió grupos dominantes ligados à atividade imobiliária e proprietários de terrenos situados na parte norte da orla marítima de Maceió dominam ou influenciam o aparato político-institucional no interior do qual as políticas de turismo de âmbito local são formuladas. Como consequência dessa capacidade de exercer o poder, esses grupos veem direcionando a territorialização do turismo nesse destino majoritariamente ao longo da orla marítima da capital alagoana.

De maneira semelhante, esse fenômeno confirma a profunda imbricação entre as instâncias econômica, cultural-ideológica e político-institucional, identificadas por Santos (2008) com referência ao espaço geográfico, ou seja, a configuração do território é amplamente influenciada por um sistema de ações que determina onde os fixos serão implantados e como se darão os fluxos, neste caso, em torno da turistificação de Maceió. É essa lógica que está na base da turistificação do destino Maceió, no qual grupos que dominam as arenas nas quais as decisões são tomadas direcionam a territorialização do turismo nesse destino, somando-se a isso a dimensão simbólica que Haesbaert (2012) identifica como tendo um papel na configuração do território – nesse caso, a representação simbólica do sol e mar no destino Maceió. Em parte por causa desse domínio simbólico do sol e mar (natureza), o patrimônio histórico-cultural ligado a grupos sociais com pouco poder econômico e político tenha ficado à margem no processo de turistificação de Maceió.

A territorialização do turismo receptivo em Maceió e nas áreas sob a sua influência inclui apenas marginalmente outras práticas turísticas que não seja o turismo de sol e mar. Persiste localmente uma continuada invisibilidade dos recursos histórico-culturais que poderiam ser usados para se criar experiências complementares aos atrativos de sol e mar, com benefícios para a experiência do turista e para as perspectivas de sustentabilidade do destino. Sobre essa questão, a fala de um dos entrevistados é ilustrativa:

Existe uma necessidade de uma especialização e diferenciação em termos de serviço. O que acontece é que eu tive contato com alguns operadores, alguns profissionais do setor privado, na tentativa de conhecer outros segmentos, mas ao conversar com eles, eles dizem que é muito bom, mas muito demorado, é preciso muita dedicação.

Esse tipo de atitude dos responsáveis pela oferta turística sugere a existência de uma rede de conveniências e agenciamentos presentes no seio do poder decisório acerca do turismo no destino Maceió, que reforça a organização do território turístico dirigido por interesses associados aos grupos que privilegiam a oferta de sol e mar. O trabalho de Rangel (2010) já havia identificado que o *trade* turístico tem indicado seus representantes para atuarem no setor público, vinculados aos órgãos oficiais de turismo do Estado de Alagoas e do município de Maceió, fenômeno que foi mencionado por um entrevistado:

A participação do setor privado na indicação desses próprios gestores tem conseguido, [...] há mais de uma década [...] indicar aos gestores maiores, governadores, prefeitos e gestores da pasta. Há uma tendência que esses gestores atuem em consonância com os interesses, não em sua totalidade, mas parcialmente, os interesses do setor privado.

A fala do entrevistado acima parece confirmar a presença de questões de poder no interior das arenas político-institucionais nas quais as políticas públicas de turismo do destino Maceió são criadas, com representantes de grupos que dominam politicamente o processo de formulação de política prevalecendo, em detrimento de setores marginais no que tange ao poder.

Apesar de ter trazido benefícios para o crescimento do destino, o qual continua em um processo de rejuvenescimento com base no turismo de sol e mar, o atual *modus operandi* tem perpetuado o turismo de sol e mar, como aponta abaixo a continuidade da fala do entrevistado acima. Constatou-se, em algumas entrevistas, ainda que pontualmente, certa dose de crítica à excessiva priorização do segmento de sol e mar no destino Maceió, enquanto também aborda a questão, da cultura empresarial local:

O gestor via de regra [...] tende a remar com a maré. Então está alinhado aos interesses do setor privado dos interesses políticos relacionados ao setor privado [...]. Eu enxergo, acima de tudo, uma cultura empresarial entendendo que [...] nesse momento do turismo de Maceió-Alagoas, o setor privado ocupa um espaço de destaque, não acho que isso vá mudar tão cedo, me refiro a uma independência do poder público do poder privado ao ponto de não necessariamente haver uma aliança direta, uma aliança direta me refiro a uma indicação do gestor por parte do Governador, pelo Prefeito, e ele pode não atender aos interesses do privado.

Eu entendo que essa cultura empresarial precisa ser adaptada não que a gente precise esquecer o sol e praia, mas eu acho que pra ela ser mudada, nós precisamos de alguns casos de sucesso, nós precisamos que de alguma forma, de uma rede paralela, isso normalmente envolve empresários com visões mais arrojadas, empresários dispostos a investir no médio e longo prazo que são coisas de agora. Muitas vezes pequenos empresários. [...] E recursos a esses segmentos diferenciais e com resultado começando a funcionar e de repente um rol de operadores diferenciados começar a vir trabalhar, a coisa começa a obter um fluxo natural e a gente consegue ter diversidade.

A região na qual Maceió se situa é portadora de diversificados recursos naturais como, por exemplo, praias, campos de dunas, restingas, duas lagoas, sendo uma com 18 km² (Mundaú) e a outra (Manguaba) com 32 km², canais estuarino-lagunares e mangues. Além disso, essa região detém rico acervo histórico e cultural, incluindo a história política datando do período colonial, a existência de sambaquis, diversificadas formas do saber fazer tradicional associado à pesca e à coleta de moluscos, e o artesanato. Assim, a problemática que se constata é justamente a prevalência de um tipo de exploração turística que tem dominado historicamente nesse destino, ou seja, um turismo massificado de sol e mar, em detrimento da exploração das possibilidades de diversificação da oferta do destino, com base em recursos que permitiriam aos visitantes experiências diferentes, mais ricas, e complementares. Mais uma vez, a fala de um dos entrevistados é ilustrativa da rica base de recursos que poderia alimentar uma diversificação de ofertas no âmbito do destino Maceió:

Maceió tem o litoral próprio... extenso litoral... ele não se resume à região da praia... também há a parte interna, com povoados, com culturas e identidades distintas... nós temos o alto de Ipioca... você tem comunidades tradicionais que vivem ali, de culturas distintas... você tem a região da lagoa também, com a orla lagunar muito extensa. Eu não me refiro só ao trecho que vai até o Pontal ali, e volta... refiro a Bebedouro, subindo aquilo ali no sentido Fernão Velho, de infinitas possibilidades. Se a gente se ater só à lagoa, imagine as possibilidades de trabalhar a identidade da marisqueira, do catador de sururu, do passeio de lagoa tradicional, do mangue, como isso pode ser trabalhado... a Massagueira tá aí para provar: polo gastronômico funciona muito bem e não necessariamente só turístico [...] o

segmento histórico-cultural, a gente pode fazer esse *mix* aí associado também ao ecoturismo e ao turismo rural também são quatro fontes: turismo cultural, rural, gastronômico... vou dizer um quinto aqui que remonta várias propriedades na área de engenho, hotéis fazenda que envolvem a produção artesanal de rapadura, cachaça.

Assim, verifica-se a existência de atrativos que são pouco explorados, como as visitas ao histórico bairro do Pontal da Barra, o passeio a ilhas lagunares, a visita à vizinha e histórica cidade de Marechal Deodoro¹, à Lagoa Manguaba ou mesmo ao bairro gastronômico da Massagueira, em comparação com os itinerários das praias marítimas, que estão no circuito das agências de receptivo local. Um dos entrevistados explica que há um

[...] subaproveitamento total, de [...] ao levarem as pessoas até lá, e só vê a lagoa sendo utilizada somente com o passeio das Nove Ilhas [...] o diferencial que poderia ser tratado principalmente quando você [tem] como carro chefe, um dos maiores, um dos mais fortes que é a questão da gastronomia. [...] quantas agências de viagens levam seus turistas para Massagueira? Nenhuma, eles não contam com o turismo de agência.

A existência de rico patrimônio histórico-cultural em Maceió, e nos lugares e municípios do seu entorno e, ao mesmo tempo, a negligência dos decisores do destino em relação a esses recursos na formatação da oferta turística de Maceió, refletem a proposição de Knafou (2001) de que os agentes do mercado, juntamente com os promotores territoriais, escolhem, delimitam, criam e inventam os lugares que serão alvo da configuração dos territórios turísticos. Nem sempre o planejamento do futuro de um destino envolve consultas abertas a todos os setores sociais e econômicos que possam estar interessados na definição da oferta turística do destino.

Mais uma vez, a fala de um entrevistado é elucidativa da existência de outras potencialidades que poderiam ser exploradas para compor a oferta do destino Maceió, como elementos de identificação cultural local, mas que não têm sido exploradas:

Então pequenas coisas... e aí vamos entrar na parte do roteiro cultural que envolve o centro da cidade associado a Bebedouro, vamos pensar na nossa identidade negra, a quebra de xangôs² esse momento histórico que nós temos que até hoje perpetuam em momentos distintos no calendário de eventos anual da identidade afro-maceioense, afro-brasileira, a cultura do candomblé, a cultura negra, e por aí vai.

Apesar da hegemonia dos interesses dos grupos ligados à oferta de sol e mar, ocorreram algumas tentativas recentes de se agregar elementos de outra natureza, complementares à oferta de sol e mar no destino Maceió. Um exemplo é o Projeto Giro de Folguedos, que há alguns anos consiste no fomento a apresentações de folguedos típicos locais em lugares de visibilidade ou de grande movimento turístico³. Entretanto, essas iniciativas ainda são bastante incipientes e insuficientes para uma efetiva diversificação da oferta turística do destino Maceió, com base em elementos identitários focados no seu patrimônio histórico-cultural.

Estudos internacionais como os de Cohen (1993) e Walle (1993), dentre outros, apontam que a busca pela autenticidade nos destinos turísticos pode ser efetivada através de segmentos alternativos ao turismo de massa. Ao se criar ofertas que atendem aos interesses de uma demanda com possibilidades mais amplas, destinações que historicamente têm priorizado excessivamente o segmento de sol e mar podem atrair uma maior parcela da demanda turística potencial. Assim, ao se criarem oportunidades para outras vias de valorização do turismo nos destinos, com ênfase em suas singularidades locais, geram-se alternativas à estandardização dos mercados convencionais e dominantes.

No caso de Maceió, há grande dificuldade para que iniciativas dessa natureza ganhem maior ímpeto e centralidade no processo de criação dos atrativos desse destino. Parece haver uma ênfase exagerada no curto prazo, ou seja, parece ser percebido como necessário que se ganhe dinheiro no curto prazo. Pensar o desenvolvimento do destino no longo prazo parece fora de cogitação por parte de setores locais da iniciativa privada, e, por extensão, também por parte de alguns dos dirigentes públicos dos órgãos oficiais de turismo do estado de Alagoas e do município de Maceió, afinal muitos deles foram indicados pelo trade turístico para, até certo ponto, representar os seus interesses, e não os interesses de grupos com menos poder de influenciar as decisões que, na prática, terminam por sinalizar o desenvolvimento futuro do destino.

4. Conclusões

O papel do turismo de sol e mar no desenvolvimento dos destinos turísticos já foi amplamente estudado e encontra-se bem documentado na literatura, principalmente em relação aos seus impactos econômicos, sociais e ambientais. Entretanto, há menos estudos que examinam as relações entre o processo de turistificação dos destinos e a configuração do território correspondente. Este trabalho analisou como se deu o desenvolvimento do destino Maceió, Brasil, buscando explicitar como as territorializações do turismo influenciaram a construção espacial nesse destino.

O trabalho constatou que existe uma ênfase quase exclusiva no turismo de massa de sol e mar, permitida pela existência de relações estreitas entre o *trade* turístico e o aparato oficial municipal e estadual responsável pela formulação das políticas de turismo de Maceió, que contribuíram de forma significativa para a instalação de um processo de turistificação que privilegiou historicamente a orla marítima da cidade de Maceió, negligenciando toda uma base de recursos histórico-culturais localizada em municípios circunvizinhos, que fazem parte, geograficamente, do próprio destino. Assim, cidades históricas, a gastronomia regional, diversos tipos de artesanato e os saberes e fazeres tradicionais relacionados à pesca, têm sido praticamente deixados de lado, à medida que o turismo massificado de sol e mar migra ao longo do litoral norte de Maceió.

O processo decisório e a espacialização do turismo em Maceió fizeram com que grupos e agentes sociais de pequena representatividade econômica, ligados ao patrimônio histórico-cultural de Maceió e à economia informal, apesar de serem portadores de recursos que em tese poderiam ser de interesse para o desenvolvimento do turismo, continuem à margem do processo dominante de territorialização da atividade. Uma das consequências dessa realidade é que, ao passo em que o padrão balizado na oferta de sol e mar já passou por crises graves em Maceió, resultantes de problemas políticos, econômicos e ambientais, o destino tem sistematicamente negligenciado recursos histórico-culturais alternativos que poderiam contribuir para uma diversificação da oferta turística do destino, com o potencial de ajudar a combater eventuais crises futuras.

Portanto, o que se verifica em Maceió é a inexistência de condições favoráveis para o desenvolvimento de ações estratégicas, por parte dos planejadores e promotores territoriais do turismo, que contemplem também territorialidades alternativas àquelas do turismo de massa de sol e mar. Evidencia-se que os planejadores e gestores locais encontram-se amarrados a uma rede de conveniências mercadológicas, altamente atreladas à tipologia de sol e mar. Essa configuração territorial funciona como uma poderosa barreira à diversificação da oferta turística local, que continua a marginalizar determinados recursos e interesses periféricos, bem como outras possibilidades de criação de atrativos.

Enfim, pensamos que seja importante serem levadas em consideração três questões que poderiam contribuir para a construção de uma oferta turística mais diversificada, beneficiando não apenas os grupos econômicos e políticos ligados à oferta de sol e mar, mas também outros recursos e interesses que estão ligados a grupos sociais com menor poder econômico e político do destino Maceió, quais sejam: 1) De um ponto de vista mercadológico, o fomento a um desenvolvimento turístico atrelado a princípios de valorização também de elementos culturais singulares poderia servir como fator de captação de novas demandas, o que significaria novas possibilidades de crescimento econômico e um aumento nas territorialidades de ordem simbólica, associadas a um maior número de agentes sociais, incluindo também aqueles que se encontram atualmente marginalizados; 2) A diversificação de ofertas turísticas pode impactar positivamente o território em termos de crescimento e ampliação e diversificação nos tipos de alojamentos, opções de transportes, restauração, etc. A diversificação da oferta tem o potencial de melhorar a qualidade da experiência do visitante no destino, com benefícios potenciais também para aquele visitante que vem a Maceió motivado, predominantemente, pela busca do contato com a natureza – turismo de sol e mar; e 3) Desde que bem planejada e gerida, a inserção de elementos culturais identitários, como complemento ao turismo massificado, pode ajudar a preservar e divulgar elementos da cultura local através do tempo, atrelando-os à imagem do destino.

Bibliografia

Alagoas.

(s.d.). Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo. *Indicadores turísticos de 1997 a 2015*.

Brandão, M.

1937. *Vade-Mecum do turista em Alagoas*. Maceió: Sergasa.

- Buhalis, D.
2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97–116.
- Butler, R.W.
1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, v. 24, n. 1, p. 5-12.
- Cohen, E.
1993. *Introduction: Investigating Tourists Arts*. Annals of Tourism Research. Vol. 20. P. 1-8.
- Costa, F.B.
1998. *Para onde vai o turismo de Maceió? Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade*. Maceió: Programa Regional de Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA.
- Cruz, R.C.A.
2001. *Introdução à geografia do turismo*. São Paulo: Roca.
- Cruz, R.C.A.
2000. *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Duhamel P.; Knafou R.
2007. *Les mondes urbains du tourisme*. Paris: Éditions Berlin,
- Fratucci, A. C.
2008. *A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo*. 2008. 308 f. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ.
2007. González Reverté, F.; Antón Clavé, S.
2007. Introducción. In.: González Reverté, F.; Antón Clavé, S. Orgs.). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Barcelona, Editorial UOC.
- Gunn, C.
1994. *Tourism planning* (3. ed.). London: Taylor and Francis.
- Haesbaert, R.
S.d. Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade. Porto Alegre, Setembro de 2004.
- Haesbaert, R.
2012. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. 7º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Harvey, D.
1989. *The Condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford, UK: Blackwell.
- Haugland; et al.
2011. Development of Tourism Destinations. An Integrated Multilevel Perspective. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 1, pp. 268–290, 2011 Elsevier Ltd.
- Hu, Y., & Brent Ritchie, J. R.
1993. Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32, 25–34, IBGE.
- S.d. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades*. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=270430>. Acesso em 16 de fevereiro de 2018.
- Knafou, R.
2001. Turismo e Território: por uma abordagem científica do turismo. In: Rodrigues, A.A.B. (Org.). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3. ed. São Paulo: Hucitec. p. 62-74.
- Krell, A. J.
2008. *Desenvolvimento sustentável às avessas nas praias de Maceió/AL: a liberação de espigões pelo novo Código de Urbanismo e Edificações*. Maceió: Edufal.
- Lefebvre, H.
1992. *The production of space*. Oxford: Blackwell. 2. ed.
- Martins, A. A. C.
2009. O produto turístico Alagoas em seu desenvolvimento socioeconômico. *Economia Política do Desenvolvimento – Revista de Ciências Econômicas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - UFAL*. Maceió, v.1, n.6, set./dez. 2009. Edufal. p. 83-109.
- Martins, C.G.M.S.; Lima, L.M. de
2007. Que Imagem Vende a Cidade-Mercadoria? Dois Estudos de Caso: Maceió-AL e João Pessoa-PB. *Anais do XII Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional*. Belém – Pará – Brasil).

- Murphy, P., Pritchard, M. & Smith, B.
2000. The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21, 43–52, Pearce, D.
1989. *Tourist development*. New York: Longman,
- Rangel, M. G.
2010. *Destinação Turística Maceió: ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos*. 2010. 165 f. Dissertação (mestrado em desenvolvimento e meio ambiente: desenvolvimento sustentável. Programa Regional de Pós-graduação em Desenvolvimento Meio Ambiente). Universidade Federal de Alagoas, Maceió.
- Rodrigues, A.A.B.
1997. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec.
- Rodrigues, A. A. B.
1997a. *Turismo e desenvolvimento local*. Editora Hucitec.
- Rodrigues, A.A.B.
1999. *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo, Hucitec.
- Rodrigues, L.C.
2015. Turismo em espaços urbanos: processos de turistificação no Nordeste brasileiro e no Caribe Mexicano. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, Vol. 5, Número Especial, p. 81-104, abr. Santos, M.
2008. *Metamorfoses do Espaço Habitado: fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia*. São Paulo: Edusp.
- Urry, J.
1990. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Sesc/Studio Nobel, Vasconcelos, D.A.L.
2005. Turistificação do Espaço e Exclusão Social: a revitalização do bairro de Jaraguá, Maceió-AL, Brasil. *Turismo em Análise – São Paulo*. CRP/ECA/USP: Aleph, 1990. Vol. 16. n. 1, p. 47–67,
- Veras Filho, L.
1991. *História do turismo de Alagoas*. Maceió: SERGASA.
- Walle, A.H.
1993. Tourism and traditional people: forging equitable strategies. *Journal of Travel Research*, Vol. XXI, p. 137-140.

Notas

- ¹ O município faz parte da Região Metropolitana de Maceió. A cidade foi a primeira capital de Alagoas e cidade onde nasceu o Marechal Deodoro da Fonseca, proclamador da República e primeiro presidente do Brasil. Marechal Deodoro é conhecida também por suas construções de valor histórico, igrejas, casario e outras edificações que remontam ao período colonial.
- ² A Quebra de Xangô foi a destruição de terreiros ligados a religiões de matriz africana por causa de intolerância religiosa e preconceito na cidade de Maceió, capital do Estado de Alagoas, em 1 de fevereiro de 1912.
- ³ Projeto realizado pela Prefeitura de Maceió, por meio da Fundação Municipal de Ação Cultural – Fmac.

Recibido: 25/07/2018
Reenviado: 20/11/2018
Aceptado: 23/01/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos

A acessibilidade no *etourism*: um estudo na ótica das pessoas portadoras de necessidades especiais

Cátia Filipa Macedo* Bruno Miguel Sousa**

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal)

Resumo: As páginas *web* são, atualmente, o rosto de qualquer organização turística e representam a porta de entrada para novos consumidores. Por este motivo, verifica-se uma crescente preocupação em criar ferramentas digitais acessíveis que promovam a instituição, divulguem a sua oferta turística e fomentem o consumo. Por conseguinte, o uso das ferramentas digitais no turismo e, mais concretamente, no turismo direcionado para pessoas portadoras de necessidades especiais é de maior importância, no sentido de informar os potenciais consumidores de um turismo verdadeiramente acessível a todos. O modo como as organizações utilizam as plataformas digitais, e mais especificamente os grupos hoteleiros/entidades de *management*, demonstram não cumprir as diretrizes de acessibilidade WCAG, havendo ainda um longo caminho a percorrer até ser possível afirmar um turismo de acesso universal. Para tal, deve haver um compromisso mais afinado das entidades reguladoras do setor. O presente estudo representa uma amostra importante na forma como são negligenciadas as questões ligadas à acessibilidade no *eTourism*, sendo uma área que carece de aprofundamento, pois a incorporação da acessibilidade na *web*, além de revelar um ganho social e inclusivo, impulsiona a atração de novos mercados e de projetos com maior qualidade. Os resultados obtidos parecem evidenciar que algumas organizações (no estudo consideradas) não cumprem os requisitos mínimos das diretrizes de acessibilidade WCAG, aspeto esse que aparentemente não constitui uma prioridade. As páginas *web* destas organizações expõem barreiras que impedem a inclusão digital.

Palavras-chave: Acessibilidade; *eTourism*; Marketing digital; Turismo para portadores de necessidades especiais; WCAG.

The accessibility in *etourism*: a study from the perspective of people with specific needs

Abstract: Web pages are currently the new face of any Tourism organization. They represent the entrance door for new consumers. For this reason, there is a constant concern in creating accessible digital tools that could promote the institution, disclose its tourism offer and favor consumption. Thus, using digital tools in Tourism and, more concretely, in Tourism focused to people with special needs, is of great significance, in order to inform potential consumers of a tourism service accessible to all. The way the organizations make use of digital platforms, and more specifically hotels groups and management bodies, reveals that WCAG accessibility guiding lines are not followed, being still a long way to go before a universal accessible tourism can be effective. To do so, there might be a more rigorous compromise from the sector's regulatory authorities. The present study strongly suggests how are neglected the questions linked to accessibility in *eTourism*, this area deserving deeper insights. Indeed, incorporating accessibility in Web would stimulate the attraction of new markets and projects of higher quality, in addition to favoring a social and gathering gain. The results show that some organizations do not meet the minimum requirements of the accessibility guidelines, which is apparently not a priority. The web pages of these organizations expose barriers that prevent digital inclusion.

Keywords: Accessibility; *eTourism*; Digital marketing; Tourism to people with special needs; WCAG.

* Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal); E-mail: cfilipa_7@hotmail.com

** Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (Portugal); E-mail: bsousa@ipca.pt

1. Introdução

O turismo é, atualmente, o setor da sociedade que apresenta maior crescimento em todo o mundo. Associada à deslocação de pessoas por razões de ócio, trabalho ou saúde, a atividade turística apresenta-se envolvida numa complexa malha de relações, obrigando a constantes mudanças no *modus operandus* das organizações. As sociedades desenvolvidas, impulsionadas pela mais recente tecnologia, além de promover a movimentação de pessoas e a procura de produtos/serviços turísticos, potencia novos desafios e maiores exigências (Schlüter & Var, 1988; Yuksel, Yuksel & Bilim, 2010; Altinay, Saner, Bahçelerli & Altinay, 2016).

Neste sentido, a gradual transformação dos meios tecnológicos abriu novas perspetivas e diferentes formas de comunicar e de apresentar o produto/serviço turístico. Estes mecanismos permitiram quebrar a estrutura da cadeia turística, ao possibilitarem encurtar a distância entre o promotor e o consumidor do produto/serviço turístico. Nota-se, cada vez mais, que é o próprio consumidor que se informa e se organiza, fazendo as suas reservas e aquisições de produtos diretamente através do canal *web*. Assim, as ferramentas digitais permitem ter um conhecimento mais rápido, alargado e abrangente das ofertas turísticas nas diferentes partes do globo (Buhalis, Darcy & Ambrose, 2012).

O presente estudo pretende, assim, averiguar o uso das ferramentas digitais no setor do turismo, centrando o estudo na ótica de pessoas portadoras de necessidades especiais. A criação de destinos turísticos acessíveis passa por um acesso à informação universal. Com as significativas alterações aos meios de comunicação e de informação, as empresas devem, ainda, ajustar-se na conceção das ferramentas digitais, de forma a conseguir incluir todas as pessoas no seu uso, eliminando as barreiras existentes à comunicação e interação entre empresa e consumidor. A literatura disponível abre caminho a que novos estudos sejam desenvolvidos no sentido de se verificar se os *websites* (não) apresentam conteúdos acessíveis a todos os utilizadores.

2. Revisão de literatura

2.1. O marketing digital no turismo – *etourism*

Os novos tempos trouxeram maior desenvolvimento tecnológico e formas inovadoras para o *marketeer*. Segundo Chaffey, Ellis-Chadwick, Mayer e Johnston (2006), com a era digital, a internet e outros meios de comunicação digital alancaram novos termos de marketing como, por exemplo, “Internet Marketing”, “E-marketing”, “Digital Marketing”, “E-business” e “E-commerce”. Atualmente, as tecnologias já não são novas, mas têm confluído e registado um impacto significativo na sociedade e, substancialmente, nas práticas do marketing. Assim, denota-se que a era digital alancou novos consumidores, mais informados e conectados, que impulsiona, dia após dia, a criatividade dos *marketeers*.

O rápido e complexo desenvolvimento tecnológico tem revolucionado a indústria do turismo e permite ao *eTourism* o processamento e a comunicação de dados eficazes, que reúne esforços para combater as suas implicações baseadas em aspetos como a interoperabilidade, design e análise e modelagem dos sites (Buhalis, Leung & Law, 2011). Ao longo dos últimos 6 anos, os estudos desenvolvidos sobre a adoção do marketing digital na hotelaria vieram impulsionar o estudo do comportamento dos consumidores na indústria do turismo. Refira-se alguns estudos de: Shuai e Wu (2011), detetaram que os hotéis em Taiwan usavam os sites, essencialmente, para fornecer informações e transações, em vez de interagir com os clientes, demonstrando uma presença simples na internet e um desaproveitamento da interatividade e funcionalidade do site; El-Gohary (2012), descobriu que a adoção do marketing digital nos hotéis do Egipto está relacionada com fatores internos e externos (tais como: formação dos colaboradores, recursos disponíveis, cultura organizacional, financiamentos, facilidade do uso, compatibilidade, pressões competitivas, influências políticas, tendências do mercado e orientação cultural); Escobar-Rodríguez e Carvajal-Trujillo (2013), verificaram que os hotéis espanhóis começaram a implementar ferramentas relacionais orientadas para o cliente, e que até então os sites eram meramente informativos; Li, Wang e Yu (2015), analisaram as atividades de marketing dos hotéis dos Estados Unidos da América (EUA) e notaram que os seus sites apenas informavam e não interagiam com os consumidores, necessitando de construir relacionamentos e interatividade com estes; e Stephen (2016), agregou pesquisas de diversos autores e identifica cinco temas relevantes para a pesquisa do comportamento do consumidor no marketing digital (os quais: cultura digital do consumidor, publicidade, impactos de ambientes digitais, dispositivos móveis e boca-a-boca [WOM] online).

Seguindo a perspetiva de Buhalis e Law (2008), o *eTourism* centraliza-se nas tecnologias focadas no consumidor e que apoiam as empresas a interagir com eles de forma dinâmica, reinventando produtos/serviços turísticos de forma proativa e reativa, fundamentais para a competitividade no mercado.

2.2. O turismo para portadores de necessidades especiais

Já há algum tempo que o marketing de nichos ou *target marketing* ou marketing focalizado ou marketing concentrado ou *micromarketing* é uma estratégia que utiliza a diferenciação, o posicionamento, a rentabilidade, o foco/a especialização, o relacionamento de longo prazo e a reputação como elementos fundamentais para o sucesso das empresas em mudança (Dalgic & Leeuw, 1994; Phillips & Peterson, 2001). Atendendo às necessidades e preferências dos turistas, que começaram a desvalorizar essas “máquinas de viagens” e a procurar experiências individualizadas, impulsionando serviços personalizados, o turismo de nicho oferece níveis crescentes de experiências (Robinson & Novelli, 2005), podendo mesmo criar laços e distinções sociais, associados aos prazeres emocionais e desejos (Giddens, 1990; Beck, 1991). Os padrões de consumo turístico originaram um mercado mais segmentado, especializado e sofisticado que envolveram o desenvolvimento de nichos para responder às necessidades dos consumidores (Robinson & Novelli, 2005). Porém, nem sempre as expectativas dos turistas são superadas, geralmente para as pessoas com necessidades especiais cuja má aplicação dos padrões de acessibilidade limitam a sua participação na atividade turística.

Muitas vezes, o termo acessibilidade confunde-se com a dificuldade sentida em meios físicos, associando-o a pessoas com deficiências ou incapacidades. Contudo, a acessibilidade incorpora o meio edificado, os transportes e as tecnologias da informação e da comunicação, tornando-se indispensável para que todos os cidadãos possam exercer dos seus direitos de cidadania e da participação na vida social, cultural, económica e política. Darcy (2001, p. 74) reforça esta ideia dizendo que “o acesso não é apenas sobre edifícios; um ambiente verdadeiramente acessível é aquele em que uma pessoa com deficiência pode expressar livremente a sua independência e aquele em que um impedimento à integração é removido”. São várias as denominações utilizadas por autores como Alles (2009), Darcy, Carmeron e Pegg (2011), Hoyo e Valiente (2010), Gouveia, Mendes e Simões (2011) e Montes e Aragall (2009) – “Turismo Acessível” e “Turismo Social”, dando origem ao “Turismo Inclusivo” e, por conseguinte, ao denominado “Turismo para Todos”. Neste sentido, e tratando-se de um tipo de turismo destinado a um público-alvo muito específico, que procura atender às necessidades especiais de pessoas portadoras de alguma deficiência, incapacidade ou limitação, entende-se ser possível enquadrar o conceito de “Turismo para Portadores de Necessidades Especiais”.

A divulgação das condições de acessibilidade na oferta turística incentiva, potencialmente, a procura dos destinos. O facto de um destino procurar soluções de modo a satisfazer as necessidades e preferências de um turista, independentemente da natureza e grau de incapacidade de que é portador, fomenta um espírito de responsabilidade social e corporativo, contribuindo para um destino diferenciado e competitivo e, ao mesmo tempo, sustentável. A convicção de que apenas as pessoas portadoras de deficiência beneficiam da acessibilidade está profundamente errada. Até porque, são vários os tipos de deficiências, incapacidades e limitações que carecem de condições acessíveis para o consumo turístico. Por exemplo, os acompanhantes (familiares ou amigos) que escolhem um destino e programam as férias tendem a considerar os níveis de acessibilidade e barreiras que possam existir durante a sua estada. Também, as crianças, para quem a acessibilidade significa segurança e autonomia, e os familiares que as acompanham, que precisam de condições especiais para determinadas tarefas (amamentação, muda de fraldas, hora da sesta, entre outras). E ainda, os idosos, que são um grupo diversificado e com maior incidência de deficiências e incapacidades, nomeadamente ao nível motor, visual, auditivo e mental, e com limitações na saúde derivadas de problemas cardíacos ou respiratórios, diabetes, obesidade, alergias.

Face ao exposto, pode concluir-se que a acessibilidade incute um envolvimento proativo e direto com o cliente, conseguido após um conhecimento do seu perfil e das suas características. Em Portugal, o *Inquérito Nacional às Incapacidades, Deficiências e Desvantagens* (INR, 1996), publicado pelo Secretariado Nacional para a Reabilitação e Integração das Pessoas com Deficiência (SNRIPD), agora Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P. (INR), ditava um valor global de 9,16% da população com incapacidades, deficiências e desvantagens – que representava quase um milhão de pessoas –, em categorias como: ver; ouvir; falar; outras incapacidades de comunicação; cuidado pessoal; locomoção; tarefas diárias; incapacidades face a situações (que decorrem da dependência e da resistência física, por exemplo ventiladores respiratórios); e ainda ao nível do comportamento (educação, segurança pessoal, relacionamento familiar e atividade profissional).

Contudo, os Censos de 2001 não monopolizavam o ponto de vista das incapacidades, mas das deficiências (visual, motora, auditiva, mental, paralisia cerebral ou outras), ficando por rastrear muitas outras causas e, assim, não se avaliou com rigor a funcionalidade dos cidadãos. Ainda assim, os dados revelaram que 636 059 pessoas tinham algum tipo de deficiência, ou seja, 6,1% da população (Gonçalves, 2003). Um estudo intitulado “Saúde e Incapacidades em Portugal 2011” apurou que cerca de 18% das pessoas tinham, simultaneamente, problemas de saúde prolongados e dificuldades na realização de pelo menos uma das seis atividades básicas do dia-a-dia mencionadas nos censos – ver, ouvir, andar ou subir degraus, memória/concentração, tomar banho ou vestir-se sozinho, compreender os outros ou fazer-se compreender (INE, 2012). No entanto, é bem visível a falta de informação sobre a realidade de vida das pessoas com deficiências e/ou incapacidades e a forma como os dados estatísticos se foram dissipando.

A nível europeu, o projeto OSSATE estimou que 127,5 milhões de pessoas (entre sete segmentos de pessoas com deficiências e população idosa) carecem da acessibilidade, representando 27% da população europeia (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou & Miller, 2005). Mais tarde, surge a “Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020: Compromisso renovado a favor de uma Europa sem barreiras” referindo que um em cada seis cidadãos (cerca de 16,7% da população) – ou seja, cerca de 80 milhões de pessoas – tem algum tipo de incapacidade (Comissão Europeia, 2010). Em 2012, a “*Pesquisa Europeia de Integração Social e Saúde* (EHSIS)” apontou para a existência de 70 milhões de pessoas com incapacidades de idade superior a 15 anos, igual a 17,6% da população.

Já a nível mundial, o relatório “World report on disability”, publicado pela Organização Mundial da Saúde com a parceria do Banco Mundial (WHO, 2011, p. 44), indica que “cerca de 785 (15,6% de acordo com a Pesquisa Mundial de Saúde) a 975 (19,4% de acordo com a Carga Global de Doenças) milhões de pessoas com 15 anos ou mais vivem com alguma incapacidade, com base nas estimativas populacionais de 2010 (6,9 bilhões de habitantes, com 1,86 bilhões de pessoas menos de 15 anos). Entre elas, a Pesquisa Mundial de Saúde estima que 110 milhões de pessoas (2,2%) enfrentam dificuldades funcionais bastante significativas, enquanto que a Carga Global de Doenças estima que 190 milhões de pessoas (3,8%) possuem “incapacidades graves” – o equivalente às incapacidades inferidas para condições tais como quadriplegia, depressão grave, ou cegueira”. O mesmo estudo revela que, ao incluir as pessoas com idade inferior a 15 anos, os números ultrapassam os mil milhões de pessoas que têm algum tipo de incapacidade – i.e., cerca de 15% da população mundial. Mas estes valores merecem uma reflexão sobre as potencialidades do mercado interno. E, também, porque o envelhecimento da população tem sido cada vez mais acentuado.

Neste sentido, impõe-se a abordagem específica da acessibilidade no turismo, e o correspondente derrube de barreiras físicas, sensoriais, informativas e comunicativas, que tem por base os princípios e fundamentos do design universal, até porque a normalização da incapacidade, do envelhecimento e do acesso potenciaria a criação de ambientes turísticos capacitadores (Darcy, Ambrose, Schweinsberg & Buhalis, 2011; Darcy & Dickson, 2009). A acessibilidade no sistema do turismo interage com todos os componentes da cadeia de necessidade de informação dos clientes, bem como o acesso físico (transportes e destino) e o acesso à informação. Apesar disso, as barreiras ao acesso são complexas e não podem ser reduzidas, apenas, pelas construções ambientais e informação física (Buhalis et al., 2005). Assim, a informação disponibilizada deve ser de alta qualidade, precisa, verdadeira e detalhada, e deverá ser acedida em diferentes formatos e suportes, nomeadamente via internet, mensagens escritas, brochuras, catálogos, braille, entre outros (Vos & Michopoulou, 2006). Também, a informação sobre a acessibilidade deve seguir parâmetros e padrões standardizados, pois a par da normalização universal, cada região ou país tem as suas leis, regulamentos e orientações internas, as quais revelam grandes disparidades.

Figura 1: Símbolo de Acessibilidade na Web



Fonte: Unidade Acesso (2017)

Ao complementarem o projeto *One Stop Shop for Accessible Tourism in Europe* (OSSATE), no relatório sobre o “Inventário de esquemas de acessibilidade e conjuntos de dados no setor de turismo da UE”, Vos e Michopoulou (2006) referem que não existe o esquema de informação acessível, mas antes diversos esquemas que variam consoante as infraestruturas aplicadas, os métodos e critérios utilizados e a forma de apresentação das informações. Há uma tendência generalizada em considerar que apenas as pessoas com mobilidade reduzida necessitam de informação acessível, demonstrando que, apesar de se utilizar distintas formas de apresentação, nem toda a informação é passível de acessibilidade. Observaram, ainda, que grande parte da informação sobre a acessibilidade é disponibilizada através dos *websites*, carecendo uma percentagem substancial do selo de acessibilidade eletrónica (figura 1), o denominado “Símbolo de Acessibilidade na Web” (Unidade Acesso, 2017).

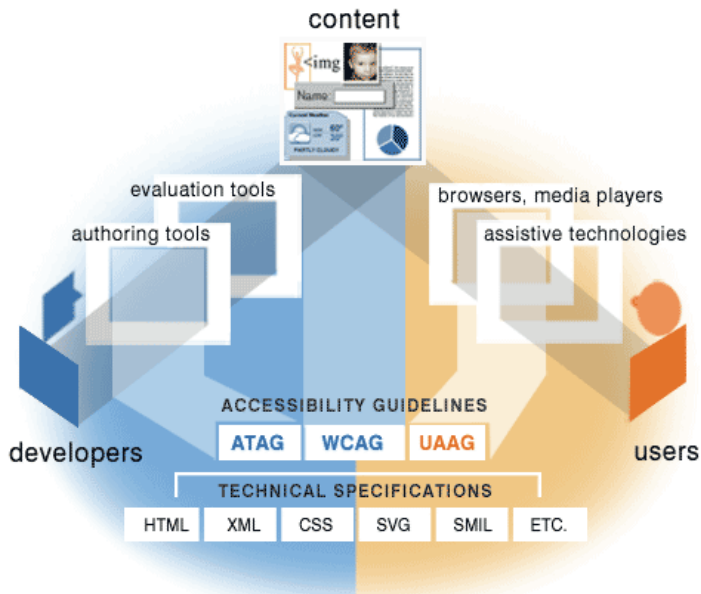
2.3. A acessibilidade no *etourism*

Recorde-se de Stephen W. Hawking, físico e cosmólogo conceituado, portador de esclerose lateral amiotrófica que, através de um pequeno computador adaptado à sua cadeira de rodas elétrica, com sintetizador de voz, conseguiu ganhar autonomia e independência. As TIC, quando acessíveis, oferecem formas de interação com o conteúdo digitalizado e facilitam a comunicação entre as pessoas portadoras ou não de necessidades especiais, permitindo melhorias na qualidade de vida ao ampliar as suas independências e habilidades. No entanto, caso as TIC não sejam acessíveis, podem espelhar a autoestima dessas pessoas, pelo isolamento e discriminação das mesmas.

O acesso à informação (abordado no projeto OSSATE) sofreu significativas alterações com a criação da internet, pois a *web* elimina barreiras à comunicação e à interação entre as pessoas. Todavia, os sites, os aplicativos, as tecnologias ou as ferramentas quando mal concebidos podem potenciar a criação de barreiras e contribuir para a exclusão de pessoas no uso da *web*. (W3C, 2017). De acordo com o artigo 9º, alínea g) da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, o acesso às TIC, incluindo a *web*, é reconhecido como um direito humano básico e a sua acessibilidade proporciona um acesso universal e a igualdade de oportunidades a pessoas com necessidades especiais (Assembleia da República, 2009, p. 4910; W3C, 2017). O termo “Acessibilidade na Web” é utilizado quando os recursos disponíveis na *web* são acedidos e manuseados por qualquer pessoa, portadora ou não de necessidades especiais, permitindo que todos tenham acesso igual a informações e funcionalidades na *web* (EU, 2014; WHO, 2017). Considerando a importância da acessibilidade na *web*, torna-se fundamental a harmonização de modelos e de regras da acessibilidade no desenvolvimento de sites, aplicativos, tecnologias ou ferramentas. O *World Wide Web Consortium*, W3C – consórcio internacional composto por pessoas da indústria, organizações de deficiência, governo e laboratórios de pesquisa de todo o mundo (W3C, 2017) –, em abril de 1997, lançou a iniciativa *Web Accessibility Initiative*, WAI, com o objetivo de orientar a acessibilidade na *web*, com o desenvolvimento de estratégias, diretrizes e recursos.

Com a iniciativa WAI, verifica-se que a interdependência de vários componentes permite melhorar consideravelmente a acessibilidade na *web* (Figura 2). Esses componentes incluem: o conteúdo; os usuários que usam *browsers*, *media players* e tecnologias assistidas (leitores de tela, teclados alternativos, *software* interativo, etc.); e os *developers* que usam ferramentas de criação e ferramentas de avaliação. Segundo a WAI, a acessibilidade na *web* incluiu quatro guias de orientação (W3C, 2017): WCAG (*Web Content Accessibility Guidelines*); ATAG (*Authoring Tool Accessibility Guidelines*); UAAG (*User Agent Accessibility Guidelines*); e WAI-ARIA (*Accessible Rich Internet Applications Suite*).

Além da importância destes guias de orientação para a acessibilidade na *web*, é fundamental a avaliação e a validação da acessibilidade através de ferramentas automáticas, geralmente mais rápidas mas incapazes de identificar todos os aspetos da acessibilidade, ou de ferramentas manuais, que ajudam a garantir a clareza da linguagem e a facilidade de navegação (Conforto & Santarosa, 2002). Alguns exemplos de ferramentas de avaliação automática para os princípios e as diretrizes WCAG são os validadores: *AccessMonitor*; *Wave – Web Accessibility Tool*; *Total Validator*; e *FAE – Functional Accessibility Evaluator* (comAcesso, 2017; W3C, 2017). Apoiando o contexto atual mencionado pela Comissão Europeia – ditando que o número de pessoas com necessidades especiais tende a aumentar para 120 milhões até 2020 – é aprovada, a 14 de setembro de 2017, a “Lei Europeia da Acessibilidade” a qual criará requisitos comuns de acessibilidade a aplicar em determinados produtos e serviços (entre eles, serviços de turismo e *websites*) às pessoas com necessidades especiais (EU, 2017a; DN, 2017). Ainda, durante este período de dois anos, assistiu-se a um acordo tripartido (entre negociadores do Parlamento Europeu, do Conselho e da Comissão) onde foram redigidas as primeiras regras para “tornar os sítios *web* e as aplicações móveis dos organismos do setor público mais acessíveis, em especial para as pessoas

Figura 2: Os componentes essenciais da acessibilidade da *web* e a sua interdependência

Fonte: W3C (2017).

cegas, surdas ou com deficiência auditiva” (EU, 2017b) – decretada pela Diretiva (UE) 2016/2102 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de outubro de 2016, relativa à acessibilidade dos sítios *web* e das aplicações móveis de organismos do setor público (EUR-LEX Europe, 2016). Tem-se verificado que o uso das plataformas digitais é transversal a todos os cidadãos e em todos os setores de atividade.

De acordo com Buhalis e Law (2008), a indústria do turismo deve estar consciente de que as pessoas com necessidades especiais representam um nicho de mercado em constante crescimento e que, para expandir o negócio e melhorar o seu serviço, a sua presença na *web* deve responder às necessidades desse nicho e projetar sites que abordam a inclusão. A *web* alterou toda a indústria do turismo e as suas disparidades demonstram ter um impacto signficante na produção e usufruto dos consumidores, denotando que a inacessibilidade na *web* incapacita os consumidores de usufruírem de um serviço, de obterem informações ou de reservarem uma viagem (Minghetti & Buhalis, 2009; Puhretmair, & Nussbaum, 2011; Michopoulou & Buhalis, 2014). O desenvolvimento das TIC oferece novas e impressionantes vantagens para as pessoas com necessidades especiais e a indústria do turismo, para atrair este nicho de mercado, necessita que as suas informações, publicadas em páginas *web*, sejam acessíveis a eles e que sejam confiáveis, precisas e atualizadas (Buhalis & Michopoulou, 2011; Puhretmair, & Nussbaum, 2011; Altinay, Saner, Bahçelerli & Altinay, 2016).

Michopoulou e Buhalis (2011, p. 291; 2013, p. 231), nos seus estudos, mencionam quatro desafios “aprimorados”, “intensificados” e “genéricos no setor do turismo” aquando a criação de *websites* acessíveis, a citar: interoperabilidade, ou seja a capacidade de um sistema para interagir e comunicar com outro (comunicação em rede); integração de conteúdo, um fator determinante na decisão de compra dos consumidores, através do detalhe, profundidade e tipo de informação disponível; personalização, i.e., gerar conteúdos individualizados, permitindo que cada utilizador especifique os seus requisitos e interesses de cada um no acesso às informações necessárias e no formato desejado; e design acessível, considerar o *layout* dos *websites* e eliminar elementos como o baixo contraste de cores, os gráficos e as animações.

Os resultados da usabilidade de Michopoulou e Buhalis (2014) revelaram 20 requisitos essenciais para a acessibilidade no *eTourism*, baseados em opções de impressão, flexibilidade de interface e apresentação de conteúdo/informação. No seu estudo estes autores defendem a alteração do tamanho da fonte e ícones nas páginas da *web*; a automatização constante da entrada de dados; a adição de pequenas notas explicativas; a simplificação dos mecanismos de seleção e anexação de mapas e de imagens; a integração de filtros de acessibilidade (classificados alfabeticamente) com outros filtros turísticos em todo o processo

de busca; o desenvolvimento de versões multilingues para um *website*; a inclusão de uma secção de fórum; e a versatilidade das páginas que devem estar disponíveis em formatos acessíveis e imprimíveis.

No entanto, ao disseminar a informação sobre os produtos e serviços turísticos acessíveis, a acessibilidade no *eTourism* poderá beneficiar todas as pessoas, com ou sem necessidades especiais, isto porque o diálogo inter-relacional entre as empresas e os indivíduos permitirá o aumento do poder do turismo, reduzindo a exclusão social (Eichhorn, Miller, Michopoulou & Buhalis, 2008; Buhalis & Michopoulou, 2011).

A adoção dos princípios do design universal permitirá aos utilizadores o livre acesso, sem a necessidade de adaptação ou de design especializado. Do mesmo modo, aos destinos turísticos potenciará um aumento significativo do mercado, atenuando a sazonalidade e apoiando a competitividade dos diferentes destinos (Buhalis, 2000; Vila, Darcy & González, 2015; Michopoulou, Darcy, Ambrose & Buhalis, 2015). Buhalis, Darcy e Ambrose (2012), no livro publicado sobre boas práticas do turismo acessível, apoiam a execução de um processo estrategicamente planeado, por um conjunto de fatores interligados (políticas e estratégias, redes e parcerias, cadeia de valor do turismo acessível e desenvolvimento de produtos e destinos), de forma a que seja possível fornecer experiências de turismo acessíveis.

No entanto, e apesar dos estudos realizados sobre a utilização dos consumidores na *web* (Grupo Marktest, 2017 e 2018; travelBI, 2018), a informação digital nem sempre está acessível a todos os utilizadores e a sociedade futura deverá procurar ser mais inclusiva, permitindo o acesso a todos os cidadãos, independentemente das suas diferenças. O setor do turismo deve melhorar o planeamento e projetar, operar e fornecer experiências acessíveis a todos os cidadãos, enfatizando as necessidades destes, conseguidas pela aplicação dos princípios do design universal e dos valores de independência, equidade e dignidade (Darcy & Dickson, 2008). Além disso, a informação através dos canais *web* devem ser disponibilizados de forma detalhada, fiável e de fácil manuseio. A promoção da informação turística acessível do destino Portugal é disponibilizada pelas entidades “Portugal Acessível by Associação Salvador”, “Visit Portugal” e “Accessible Portugal”. Esta última está prestes a lançar a “TUR4all Portugal”, uma plataforma e aplicação móvel de informação e divulgação da oferta turística acessível, em Portugal, de forma a captar um novo mercado e a melhorar as experiências dos turistas com necessidades especiais. Esta aplicação, já em vigor no país vizinho, conta com o apoio da *Fundação Vodafone Portugal*, do *Turismo de Portugal* e da *European Network for Accessible Tourism* (ENAT).

Apesar de todo o esforço realizado por entidades públicas e privadas, que procuram promover e desenvolver guias de acessibilidade (como por exemplo, “Guia de Boas Práticas de Acessibilidade na Hotelaria”, “Guia de Boas Práticas de Acessibilidade – Turismo Ativo” e “Guia de Boas Práticas de Acessibilidade – Comunicação Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus”), livros de apoio ao desenvolvimento de destinos turísticos (“Manual de Gestão de Destinos Turísticos Acessíveis”), programas estratégicos (“*All for All – portuguese tourism*”) e projetos de sensibilização e com planos de ação (“Praia Acessível, Praia para Todos” e “Concelho Mais Acessível”) – Turismo de Portugal (2018) e INR (2018) –, é insuficiente uma ação isolada das entidades e é imprescindível a cooperação entre todas para alcançarem o sucesso da acessibilidade.

Em termos internacionais, são várias as entidades que procuram implementar boas práticas de acessibilidade. A ENAT, direcionada para organizações que pretendem criar e desenvolver práticas para o turismo acessível, disponibiliza informação útil para melhorar a acessibilidade de informações turísticas, transportes, infraestruturas, design e serviços (ENAT, 2017). Na página oficial da ENAT⁴ é possível aceder às cidades europeias acessíveis que cumprem os requisitos do prémio “*European Award for Accessible Cities*”, premiadas desde 2010, que inclui o melhoramento da acessibilidade de informação e de comunicação, incluindo as TIC.

No mesmo sentido, o “*Europe for All*”⁵, defendido pelo projeto europeu OSSATE, mencionado anteriormente, procura ajudar os consumidores a encontrar informação sobre a acessibilidade, de forma a planearem com facilidade e confiança as suas viagens, e melhora as comunicações entre os operadores turísticos e os clientes, fornecendo informações rigorosas e fiáveis sobre a acessibilidade de locais e serviços. Buhalis, Darcy e Ambrose (2012) e Gouveia et al. (2011) mencionam diversos projetos que retratam as boas práticas para a acessibilidade. No caso concreto da acessibilidade online, vários estudos têm sido desenvolvidos de forma a apoiar o conteúdo turístico acessível, a saber: Xiong, Cobanoglu, Cummings e DeMicco (2009), descobriram uma baixa acessibilidade nos *websites* de hotelaria nos EUA e a falta no fornecimento de textos alternativos em conteúdo não textual; Mills, Han e Clay (2008), detetaram as barreiras para utilizadores com incapacidades visuais, com falha no contraste de informação e na ausência de textos alternativos; Han e Mills (2006), ao questionarem os utilizadores, encontraram problemas como o excesso de pop-ups, a não leitura de tecnologias assistidas e as sucessivas reconstruções dos *websites*; Alexandre (2012), descobriu uma baixa acessibilidades nos *websites* de hotelaria em Lisboa e

analisou a perspetiva dos responsáveis para a inclusão de turistas com necessidades especiais; e Castro (2017), analisou a acessibilidade física e online das atrações turísticas do Porto.

Do exposto, pode-se concluir que a acessibilidade no *eTourism* tem uma importância crucial na promoção e divulgação turística, no que respeita aos direitos universais dos cidadãos. Os estudos supracitados demonstram que esta temática assumiu já uma posição central em muitos países desenvolvidos que, na procura de soluções para a inclusão, produzem legislação nesse sentido. Assim, pode-se afirmar que um país acessível a todos é um país moderno, atrativo, inclusivo e socialmente responsável.

3. Metodologia

Considerando a crescente importância das plataformas digitais na promoção e divulgação de produtos/serviços turísticos, pretende-se com este estudo perceber de que forma as organizações abordam o marketing digital, mais especificamente, no que respeita ao marketing utilizado no turismo para portadores de necessidades especiais. Procura-se adquirir uma visão abrangente dos *websites* das cinco maiores cadeias hoteleiras, em Portugal, quanto à utilização dos padrões de acessibilidade e, assim, encontrar respostas relevantes e precisas quanto à questão primordial desta investigação:

De que modo as organizações utilizam as ferramentas digitais para pessoas portadoras de necessidades especiais?

A partir do objetivo geral da investigação foram definidos vários objetivos específicos que serviram de linhas orientadoras para o desenvolvimento do presente estudo, a saber: conhecer e discutir os conceitos de marketing digital e turismo de nichos; compreender o nicho de mercado – turismo para portadores de necessidades especiais; explorar os conceitos de acessibilidade e de inclusão digital (conhecer e compreender o atual panorama dos processos de acesso às plataformas digitais por parte dos portadores de necessidades especiais); conhecer estratégias, recursos e materiais que facilitem a construção de soluções multimédia acessíveis; analisar cinco grupos hoteleiros/entidades de *management* do *ranking* nacional e detetar quais possuem *website* com o respetivo símbolo de acessibilidade, bem como as boas práticas e as falhas da sua utilização; analisar os *websites* e avaliar os requisitos de acessibilidade, utilizando a ferramenta de análise automática e de uma análise manual; e desenvolver recomendações essenciais para a aplicação de requisitos mínimos de acessibilidade na *web*.

Uma vez definido o tema em estudo e delineados os principais objetivos, passou-se à recolha de dados. Numa primeira fase realizou-se uma pesquisa para identificar as cinco maiores cadeias hoteleiras em Portugal, de acordo com a 12ª edição do Atlas da Hotelaria 2017 (Deloitte, 2017). Assim, serão analisados os seguintes grupos hoteleiros/entidades de *management*, de acordo com a sua posição no *ranking*: 1º Pestana Hotels & Resorts/Pousadas de Portugal; 2º Vila Galé Hotéis; 3º Accor Hotels; 4º Tivoli Hotels & Resorts; 5º Marriott Hotels & Resorts. Da análise detalhada da informação recolhida de cada organização, foi conferido se possui *website* com o respetivo símbolo de acessibilidade. Ressalva-se que esta análise foi efetuada no início de janeiro de 2018, podendo eventualmente ter ocorrido algumas alterações.

Inicialmente, foi necessário compilar os *links* de cada página principal dos cinco *websites*, pelo facto de se considerar que a página principal do *website* é o primeiro contacto com o utilizador e determina o acesso de utilizadores com necessidades especiais às restantes páginas do *website*. Na observação dos grupos hoteleiros/entidades de *management*, deixa-se uma nota para as *Pousadas de Portugal* que apenas são consideradas as que se encontram sob gestão do grupo *Pestana Hotels & Resorts*, por isso, nesta investigação, será analisado apenas o *link* <https://www.pestana.com/pt>. À posteriori, utilizou-se uma ferramenta de análise automática e fez-se uma análise manual. No presente estudo, optou-se pelo validador automatizado *AccessMonitor* que monitoriza a aplicação das diretrizes de acessibilidade nos conteúdos HTML de um *website*, usando como referência a versão 2.0 das diretrizes de acessibilidade para o conteúdo *web*, WCAG (*Web Content Accessibility Guidelines*) do W3C – WCAG 2.0.

4. Resultados

Numa primeira análise, os resultados obtidos através da avaliação automática realizada aos *websites* dos grupos hoteleiros/entidades de *management* permitem concluir que estes possuem algumas condições de acessibilidade, todavia estão longe do que é essencial para possuírem a total conformidade com as

normas WCAG 2.0. Todos são inacessíveis, apresentam números elevados de “Erros” e “Avisos” nos pontos de verificação dos níveis de conformidade.

No que toca aos índices de acessibilidade, obtidos pela avaliação automática, verifica-se que o valor máximo corresponde ao *Marriott Hotels & Resorts*, de 5.6 numa escala de 10 (Tabela 1). No entanto, através da avaliação manual e na análise a alguns itens, o número de erros aumentou significativamente em alguns dos casos e, nestas situações, o índice deveria ser inferior ao obtido automaticamente, podendo mesmo alterar a posição dos grupos hoteleiros/entidades de *management*. Tal verifica-se pela incapacidade da avaliação automática em analisar detalhadamente os itens do *website* e a presença de alguns atributos. Geralmente, se o *website* apresentar o atributo, mesmo que classificado incorretamente ou vazio, o item é validado e não é detetado como uma mais-valia em termos de acessibilidade. Assim, apenas na avaliação manual e mais cuidada torna-se possível detetar essas anomalias.

Tabela 1: Índice de acessibilidade, por grupos hoteleiros/entidades de *management*, obtido através do *AccessMonitor*

Posição do <i>ranking</i> nacional (PRN)	Grupos hoteleiros/Entidades de <i>management</i>	Índice de acessibilidade (IA)
5º	Marriott Hotels & Resorts	5.6
1º	Pestana Hotels & Resorts/Pousadas de Portugal	4.9
4º	Tivoli Hotels & Resorts	4.8
3º	Accor Hotels	4.3
2º	Vila Galé Hotéis	3.3

Fonte: Elaboração própria.

Aquando da análise dos itens (imagens, cabeçalhos, idioma e contraste de informação) apuraram-se diversas falhas na acessibilidade dos *websites*. Foram analisados, unicamente, os dados disponibilizados em cada item, não considerando informações e imagens cujos *websites* não os identificaram como tal, nos itens em análise. Numa fase inicial, foram verificadas as imagens detentoras de erros comprovados, como a inexistência de texto alternativo e a existência de texto sem qualquer significado. No item cabeçalho, o erro comum a todos os *websites* foi a falta de um cabeçalho principal, o primeiro na hierarquia de cabeçalhos, que facilita a navegação do utilizador. Em termos de idioma, na sua maioria, o mesmo é identificado, no entanto a não referência do idioma torna cada *website* inacessível a qualquer utilizador. Por fim, o item contraste de informação, que facilita a audição e a visualização de conteúdos aos utilizadores, não foi conseguida por nenhum *website*, sendo que apenas um apresentou informação sobre este item.

De acordo com os dados obtidos nas duas avaliações, e considerando a disponibilização de informação um fator determinante no processo de decisão de compra para o consumidor turístico, foi, ainda, analisada nos *websites* a existência de informação relevante para potenciais clientes portadores de necessidades especiais. No *website* do *Pestana Hotels & Resorts* a informação sobre a acessibilidade física e a navegação do *website* não são de simples perceção, obrigando a uma pesquisa exaustiva até que o utilizador encontre a informação sobre as suas necessidades e preferências. A informação sobre a acessibilidade é generalizada e encontra-se na política de “Perguntas Frequentes”. Relativamente aos serviços disponibilizados por cada hotel, a informação sobre a acessibilidade é observada de forma individual. O *website* do *Vila Galé Hotéis* apenas menciona informação sobre a acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida e, a mesma, é individualizada por cada hotel. O *Accor Hotels* apresenta no *website* de cada hotel um separador denominado “Serviços no hotel e nas proximidades”, mencionando a existência de quartos acessíveis, de serviço de *babysitter* sob pedido e dos idiomas falados no hotel. Já o *Tivoli Hotels & Resorts* nada apresenta no seu *website* e em cada hotel, de forma individualizada, qualquer informação sobre a acessibilidade para os seus potenciais clientes. Por fim, a informação sobre acessibilidade é disponibilizada de forma individual, por cada *website* do *Marriott Hotels & Resorts*, no entanto, na “Visão geral” são retratadas as comodidades principais com detalhe sobre a “Acessibilidade”. Ainda, relativa à mobilidade reduzida, os seus *websites* possuem imensos detalhes para o usufruto nas infraestruturas do hotel e dá a possibilidade de obtenção de mais informações, através de um contacto estabelecido com o gerente do hotel.

Com isto, pode-se concluir que a disponibilização da acessibilidade nos *websites* não é um aspeto primordial para estes grupos hoteleiros/entidades de *management*. No estudo de Williams, Rattray e Grimes (2007), menciona-se que a falta de acessibilidade pode estar relacionada com a pouca sensibilidade dos *webdesigners* para tornarem as suas páginas acessíveis, além de equacionarem ver prejudicada a qualidade do trabalho e/ou aumentados os custos inerentes à criação e publicação do *website*. Pode, igualmente, atribuir-se ao desconhecimento dos benefícios competitivos, legais e tecnológicos que poderiam usufruir, ao satisfazerem as necessidades das pessoas com necessidades especiais.

4.1. Recomendações

As empresas devem estar conscientes do tipo de limitações ou incapacidades que mais dificultam o acesso à *web*, ou seja, se for motora ou dos membros superiores poderá estar relacionado com a utilização do rato ou do teclado, se for visual poderá apresentar dificuldade ou impossibilidade na leitura e se for auditiva poderá relacionar-se com a dificuldade ou impossibilidade na audição de vídeos ou de sons. No entanto, a resolução das barreiras de acessibilidade e usabilidade para uns utilizadores não devem criar problemas para os restantes. É nesta perspetiva que se apresentam algumas recomendações, consideradas essenciais, para garantir que os *websites* e os seus conteúdos beneficiem todos os cidadãos, especificamente as pessoas com necessidades especiais. No caso de se tratar da criação de um *website*, de raiz, as organizações devem cumprir o nível AAA dos critérios de acessibilidade das WCAG 2.0., conforme as recomendações W3C (2008). Para as organizações que já possuem um *website*, estas devem procurar saber qual o grau de acessibilidade de cada uma das páginas, podendo recorrer ao *AccessMonitor*, e devem melhorar a sua acessibilidade. A estrutura do *website*, os formulários e os conteúdos são algumas das principais áreas de atuação para o cumprimento das diretrizes de acessibilidade WCAG e recomenda-se alguns aspetos, nomeadamente uma fácil navegação através do teclado, do rato ou de outro produto técnico; uma apresentação lógica, clara e de linguagem simples de conteúdos; a informação em multiformatos, como por exemplo imagens descritas e vídeos legendados (Turismo de Portugal, 2017). Ainda, as diretrizes de acessibilidade WCAG (W3C, 2008) consideram que o fornecimento de indicações de navegação para localizar conteúdos, a criação de textos alternativos para conteúdo não textual e a facilitação de audição e visualização através do destaque dos elementos principais são fundamentais para a construção de *websites* acessíveis a todos os utilizadores. Tendo em conta os itens analisados neste estudo e as falhas detetadas, recomenda-se:

- a) Imagem – as imagens devem ter um complemento alternativo textual colocado no atributo “alt”, permitindo que a informação seja apresentada de várias formas a diversos utilizadores. Se o atributo “alt” não existir, as tecnologias assistidas serão incapazes de identificar a imagem e de transpor o seu significado ao utilizador.
- b) Cabeçalhos – os cabeçalhos devem facilitar o processo de navegação das páginas e as empresas devem organizá-los de acordo com os níveis hierárquicos a que estão sujeitos. Em todas as páginas deve identificar-se um cabeçalho h1 (título principal da página) e os restantes servem para estruturar o site como se tratasse de um índice, com secções e subsecções.
- c) Idioma – o código do idioma posiciona-se no elemento “html” com o atributo “lang” e/ou “xml:lang” e deve seguir o padrão de idiomas estabelecido, podendo ser composto por um código primário e por um subcódigo, separados por um hífen.
- d) Contraste de informação – o contraste de informação é fundamental para garantir que o utilizador consiga aceder à página. Deve especificar-se as cores de primeiro plano e de fundo, combinando-as.

5. Conclusões, limitações e investigação futura

Sendo certo que o turismo está em franco desenvolvimento à escala mundial e que a evolução das TIC ocupam um papel diferenciador na indústria do turismo, a utilização de plataformas digitais, ajustadas a todo o tipo de consumidor, deve constituir uma prioridade para as empresas e instituições. O *eTourism* deve reger-se por princípios de igualdade e procurar eliminar as barreiras que colocam restrições às pessoas com necessidades especiais no acesso a todos os domínios da vida cultural, incluindo o turismo.

Tradicionalmente, a atividade turística envolvia uma complexa teia de relações, encadeadas e centradas na oferta turística. Atualmente, os operadores turísticos procuram atender às necessidades e preferências dos consumidores, sendo este o foco da sua atividade. Neste sentido, e com a massificação do uso das plataformas digitais, os consumidores tornaram-se mais informados, exigentes, atentos e críticos durante todo o processo de tomada de decisão. Por isso, o turismo teve de se ajustar e direcionar

a sua estratégia de marketing para atender aos diferentes mercados, cada vez mais diferenciados e focalizados. Esta particularização da oferta turística dirige-se a segmentos de menor dimensão, os chamados nichos de mercado.

O turismo para portadores de necessidades especiais, considerado por muitos um nicho de mercado, apresenta hoje dados que merecem uma reflexão. Em Portugal 18% da população apresenta dificuldades na execução de atividades básicas, na Europa o número atinge cerca de 17,6 %, sendo que, à escala mundial os números não diferem muito. Se a estes números adicionarmos a população idosa, as crianças e os acompanhantes, os quais necessitam igualmente de contextos ajustados, este mercado poderá representar uma mancha muito significativa para o turismo. Assim, pode-se concluir que o turismo para portadores de necessidades especiais, em franco crescimento, representa um segmento de mercado com extremo potencial, no qual as empresas devem investir. Até porque, uma empresa que se preocupa em satisfazer este mercado, não só terá retorno a curto prazo como revela responsabilidade social e corporativa, contribuindo para a criação de um destino diferenciado, competitivo e sustentável.

Nesta perspetiva, entende-se que a criação de destinos turísticos acessíveis passa, igualmente, por um acesso à informação universal. Com as significativas alterações aos meios de comunicação e de informação, as empresas devem, ainda, ajustar-se na conceção das ferramentas digitais, de forma a conseguir incluir todas as pessoas no seu uso, eliminando as barreiras existentes à comunicação e interação entre empresa e consumidor. Até porque, a divulgação online de um produto/serviço turístico, com a criação de uma página *web*, representa, muitas vezes, a porta de entrada a novos clientes. A má conceção dessas ferramentas digitais potencia a criação de novas barreiras e contribuem para a exclusão de pessoas no uso da *web*. Deste modo, se conclui que a acessibilidade na *web* poderá representar uma mais-valia para a sociedade em geral, pois potencia a inter-relação entre empresas e empresa-consumidor.

Com o estudo realizado, procurou-se perceber de que modo as organizações utilizam as ferramentas digitais para pessoas portadoras de necessidades especiais, tendo-se concluído que as organizações consideradas não cumprem os requisitos mínimos das diretrizes de acessibilidade WCAG, aspeto esse que aparentemente não constitui uma prioridade. As páginas *web* destas organizações expõem barreiras que impedem a inclusão digital. As empresas devem ter consciência do tipo de limitações ou incapacidades que mais dificultam o acesso à *web*, pois terão certamente perdas muito substanciais. O acesso universal, quer às páginas *web* quer às infraestruturas, potencia o aumento da procura, abrange todo o público-alvo da sociedade e reduz a sazonalidade. Posto isto, entende-se que deve haver uma maior consciencialização e esforço por parte das entidades reguladoras do setor do turismo, no sentido de estabelecer normas obrigatórias, de carácter universal e em consonância com os códigos internacionais, pois, só assim, se poderá construir uma sociedade moderna e verdadeiramente inclusiva.

No percurso efetuado foram surgindo algumas dificuldades e problemas que condicionaram a estruturação deste estudo, tendo sido necessário proceder ao reajustamento dos objetivos previamente delineados. Sentiu-se, também, lacunas no conhecimento das ferramentas automática e manual, no acesso à bibliografia em língua portuguesa e na escassez de tempo para aplicar uma entrevista, por forma a entender a predisposição das organizações para a utilização das plataformas digitais acessíveis e, também, para perceber a razão pela qual existe pouco investimento na disponibilização da informação física na *web*. Por isso, apesar da satisfação obtida pelo conhecimento adquirido, afirma-se aqui o carácter provisório das conclusões alcançadas, mesmo aquelas que aparentemente sugerem maior fiabilidade. Tais, representam o início de um longo percurso em torno da acessibilidade no *eTourism*, o qual se espera rigoroso e profícuo.

Bibliografia

- Alexandre, D.
2012. *O Turismo para Todos na oferta hoteleira de Lisboa: um custo ou um investimento?* Dissertação de mestrado. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Alles, M.
2009. Turismo accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico. *Entelequia: revista interdisciplinar*, 9: 211-224.

- Altinay, Z., Saner, T., Bahçelerli, N., & Altinay, F.
2016. The role of social media tools: Accessible tourism for disabled citizens. *Journal of Educational Technology & Society*, 19 (1): 89-99.
- Assembleia da República
2009. *Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência. Resolução da Assembleia da República n.º 56/2009*. Diário da República n.º 146/2009, Série I de 30 de julho. Consultado a 14 de outubro de 2017 de <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/493187/details/maximized>.
- Beck, U.
1991. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage Publications.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1): 97-116.
- Buhalis, D., & Law, R.
2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29: 609-623.
- Buhalis, D., & Michopoulou, E.
2011. Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14 (2): 145-168.
- Buhalis, D., Darcy, S., & Ambrose, I.
2012. *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism*, 53. Channel View Publications.
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G.
2005. Accessibility market and stakeholder analysis. *University of Surrey y One Stop Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE)*.
- Buhalis, D., Leung, D., & Law, R.
2011. eTourism: Critical information and communication technologies for tourism destinations. *Destination marketing and management: Theories and applications*, p. 205-224.
- Castro, C.
2017. *A Comunicação do Turismo Acessível: Um Estudo sobre as Atrações Turísticas da Cidade do Porto*. Dissertação de mestrado. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Johnston, K. & Mayer, R.
2006. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (3rd Ed.). London: Pearson Education Limited.
- comAcesso
2017. Ferramentas de validação automática. comAcesso. Site oficial, consultado a 26 de dezembro de 2017 de <http://www.comacesso.pt/biblioteca/ferramentas-validacao-automatica>.
- Comissão Europeia
2010. *Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020: Compromisso renovado a favor de uma Europa sem barreiras*. Bruxelas. Comissão Europeia.
- Conforto, D., & Santarosa, L.
2002. Acessibilidade à Web: Internet para todos. *Informática na educação: teoria & prática*. Porto Alegre, 5 (2), p. 87-102.
- Dalgic, T., & Leeuw, M.
1994. Niche Marketing Revisited: Concept, Applications and Some European Cases. *European Journal of Marketing*, 28 (4), p. 39-55.
- Darcy, S.
2001. People with physical disabilities and leisure. *Celebrating inclusion and diversity in leisure*, p. 59-80.
- Darcy, S., & Dickson, T.
2009. A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16 (1), p. 32-44.
- Darcy, S., Ambrose, I., Schweinsberg, S., & Buhalis, D.
2011. Conclusion: universal approaches to accessible tourism. *Accessible tourism: Concepts and issues*, p. 300-316. Bristol: Channel View Publications.
- Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S.
2011. Developing a business case for accessible tourism. *Accessible tourism: Concepts and issues*, p. 241-259. Bristol: Channel View Publications.
- Deloitte
2017. *A arte do crescimento Atlas da Hotelaria 2017 – 12ª edição*. Deloitte Consultores, S.A.

DN

2017. *PE aprova 'lei da acessibilidade' para deficientes e aguarda aval dos Estados-membros*. Diário de Notícias. Site oficial, consultado a 27 de dezembro de 2017 de <https://www.dn.pt/lusa/interior/pe-aprova-lei-da-acessibilidade-para-deficientes-e-aguarda-aval-dos-estados-membros-8770351.html>. Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D.

2008. Enabling access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35 (1): 189-210.

El-Gohary, H.

2012. Factors affecting E-Marketing adoption and implementation in tourism firms: An empirical investigation of Egyptian small tourism organisations. *Tourism management*, 33 (5): 1256-1269.

ENAT

2017. European Network for Accessible Tourism. Site oficial, consultado a 28 de dezembro de 2017 de <http://www.accessibletourism.org/>.

Escobar-Rodríguez, T., & Carvajal-Trujillo, E.

2013. An evaluation of Spanish hotel websites: Informational vs. relational strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33: 228-239.

EU

2014. *Web Accessibility*. European Commission. Site oficial, consultado a 26 de dezembro de 2017 de http://ec.europa.eu/ipg/standards/accessibility/index_en.htm.

EU

2017a. *Press releases database*. European Commission. Site oficial, consultado a 27 de dezembro de 2017 de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6147_pt.htm.

EU

2017b. *Press releases database*. European Commission. Site oficial, consultado a 27 de dezembro de 2017 de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1654_pt.htm.

EUR-LEX Europe

2016. Diretiva (UE) 2016/2102 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de outubro de 2016, relativa à acessibilidade dos sítios web e das aplicações móveis de organismos do setor público. EUR-Lex Access to European Union law. Site oficial, consultado a 9 de dezembro de 2017 de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32016L2102>

Giddens, A.

1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gonçalves, C.

2003. Enquadramento familiar das pessoas com deficiência: Uma análise exploratória dos resultados dos Censos 2001. *Revista de Estudos Demográficos*, 33, p. 69-94.

Gouveia, P., Mendes, D., & Simões, J.

2010. *Turismo Acessível em Portugal-lei, oportunidades económicas, informação*. Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P. Include, Coleção Informar, n.º 7.

Grupo Marktest

2017. *5,9 milhões de utilizadores de Internet em Portugal*. Consultado a 29 de janeiro de 2018 de www.marktest.com/wap/a/n/id~22ba.aspx.

Grupo Marktest

2018. *4,4 milhões em sites de eCommerce*. Consultado a 30 de janeiro de 2018 de <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~234d.aspx>.

Hoyo, M., & Valiente, G.

2010. Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. *Cuadernos de Turismo*, 25, p. 25-44.

INE

2012. *Censos 2011*. Instituto Nacional da Estatística. Site oficial, consultado a 29 de outubro de 2017 de http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=107624784&DESTAQUEStema=55466&DESTAQUESmodo=2.

INR

1996. *Inquérito Nacional às Incapacidades, Deficiências e Desvantagens*. Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P. Site oficial, consultado a 29 de outubro de 2017 de <http://www.inr.pt/content/1/117/estudos-informacao-estatistica>.

IRN

2018. *Programas e Projectos*. Instituto Nacional par a Reabilitação, IP. Site oficial, consultado a 15 de janeiro de 2018 de <http://www.inr.pt/category/1/2/programas-projectos>.
- Li, X., Wang, Y., & Yu, Y.
2015. Present and future hotel website marketing activities: Change propensity analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 47, p. 131-139.
- Michopoulou, E., & Buhalis, D.
2011. Technology Platforms and Challenges. *Accessible tourism: Concepts and issues*, p. 287-299. Bristol: Channel View Publications.
- Michopoulou, E., & Buhalis, D.
2013. Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism. *Information & Management*, 50 (5), p. 229-239.
- Michopoulou, E., & Buhalis, D.
2014. Usability requirements for accessible tourism systems. *e-Review of Tourism Research* (e-RTR).
- Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D.
2015. Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1 (3), p. 179-188.
- Mills, J. E., Han, J. H., & Clay, J. M.
2008. Accessibility of hospitality and tourism websites: a challenge for visually impaired persons. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49 (1), p. 28-41.
- Minghetti, V., & Buhalis, D.
2009. Digital Divide in Tourism. *Journal of Travel Research*, XX (X), p. 1-15.
- Montes, R., & Aragall, F.
2009. Turismo Acessível ou Turismo para Todos? Sustentabilidade de Negócio. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 11, p. 141-145.
- Phillips, J., & Peterson, H.
2001. *Segmentation and Differentiation of Agri-Food Niche Markets: Examples from the Literature, staff paper*. East Lansing, MI: Michigan State University.
- Puhretmair, F., & Nussbaum, G.
2011. Web design, assistive technologies and accessible tourism. *Accessible tourism: Concepts and issues*, p. 274-286. Bristol: Channel View Publications.
- Robinson, M., & Novelli, M.
2005. *Niche tourism: an introduction. Niche tourism: contemporary issues, trends and cases*, p. 1-11
- Schlüter, R., & Var, T.
1988. Resident attitudes toward tourism in Argentina. *Annals of Tourism Research*, 15 (3): 442-445.
- Shuai, J., & Wu, W.
2011. Evaluating the influence of E-marketing on hotel performance by DEA and grey entropy. *Expert systems with applications*, 38 (7): 8763-8769.
- Stephen, A.
2016. The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10: 17-21.
- travelBI
2018. *Multi-National Travel Trends 2017*. travelBI by Turismo de Portugal. Consultado a 30 de janeiro de 2018 de <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Mercados/multi-national-travel-trends-2017.pdf>.
- Turismo de Portugal
2017. *Como ser um hotel acessível*. Site oficial, consultado a 15 de janeiro de 2018 de <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/all-for-all/Pages/como-ser-um-hotel-acessivel.aspx>.
- Turismo de Portugal
2018. *Turismo Acessível*. Site oficial, consultado a 15 de janeiro de 2018 de <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinovacao1/Pages/turismoacessivel.aspx>.
- Unidade ACESSO
2017. AccessMonitor: Nota técnica. Unidade ACESSO. Consultado a 28 de dezembro de 2017 de http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/nota_tecnica.html.

Vila, T., Darcy, S., & González, E.

2015. Competing for the disability tourism market—a comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management*, 47: 261-272.

Vos, S., & Michopoulou, E.

2006. Inventory of accessibility schemes and data sets within the EU-tourism sector. EWORX S.A.: *Shop for Accessible Tourism in Europe* (OSSATE).

W3C

2017. *Accessibility*. World Wide Web Consortium. Site oficial, consultado a 22 de dezembro de 2017 de <https://www.w3.org/standards/webdesign/accessibility>.

WHO

2011. *World report on disability*. Geneva: World Health Organization. Consultado a 30 de outubro de 2017 de http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/.

WHO

2017. What is e-accessibility? World Health Organization. Site oficial, consultado a 30 de outubro de 2017 de <http://www.who.int/features/qa/50/en/>.

Williams, R., Ratray, R., & Grimes, A.

2007. Online accessibility and information needs of disabled tourists: A three country hotel sector analysis. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8 (2), p. 157.

Xiong, L., Cobanoglu, C., Cummings, P., & DeMicco, F.

2009. Website accessibility of US based hospitality websites. *Information and communication technologies in tourism 2009*, p. 273-284.

Yuksel, A., Yuksel, F. & Bilim, Y.

2010. Destination attachment: effects on customer satisfaction, cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31, 274-284.

Webgrafia

<http://accessibleportugal.com/>

<http://www.accessibleTourism.org/?i=enat.en.accessible-cities>

<http://www.europeforall.com/home.seam>

<http://www.marriott.pt/default.mi>

<http://www.portugalaccessivel.pt/default/home/id/1>

<https://www.accorhotels.com/pt/portugal/index.shtml>

<https://www.minorhotels.com/pt/tivoli>

<https://www.pestana.com/pt>

<https://www.pousadas.pt/pt>

<https://www.vilagale.com>

<https://www.visitportugal.com/pt-pt>

Notas

¹ Site oficial <http://www.portugalaccessivel.pt/default/home/id/1>. Acedido a 25 de janeiro de 2018.

² Site oficial <https://www.visitportugal.com/pt-pt>. Acedido a 25 de janeiro de 2018.

³ Site oficial <http://accessibleportugal.com/>. Acedido a 25 de janeiro de 2018.

⁴ Site oficial <http://www.accessibleTourism.org/?i=enat.en.accessible-cities>. Acedido a 25 de janeiro de 2018.

⁵ Site oficial <http://www.europeforall.com/home.seam>. Acedido a 25 de janeiro de 2018.

Recibido: ??/??/????
 Reenviado: ??/??/????
 Aceptado: ??/??/????
 Sometido a evaluación por pares anónimos

Patrimónios Durienses

UMA HERANÇA CULTURAL
DA HUMANIDADE



01

Turismo
Património
Desenvolvimento

Aurélio de Oliveira
Brochado de Almeida
Eduardo Gonçalves
[Eds.]



Estrategia de desarrollo local sustentable en el Área Natural Protegida Parque Otomí-Mexica del Estado de México. Circuitos turísticos en el municipio de Isidro Fabela.

Daniel Villegas Martínez* **Jesús Gastón Gutiérrez Cedillo****
José Isabel Juan Pérez***

Universidad Autónoma del Estado de México (Mexico)

Resumen: El objeto de estudio de la presente investigación se basa en el análisis realizado al diseño, instrumentación y evaluación de circuitos turísticos fundamentados en una propuesta de base comunitaria, sustentada en el enfoque del turismo rural y el desarrollo local sustentable. La estructura metodológica formulada y aplicada en esta investigación incluye la planeación participativa, aplicación de entrevistas estructuradas, observación directa en campo; la aplicación conjunta de herramientas de sistemas de información geográfica, el análisis multicriterio y la cartografía participativa. Como resultado se propone que la manera más viable y sustentable de aprovechar los recursos del territorio municipal de Isidro Fabela desde una perspectiva local, es mediante la instrumentación de circuitos turísticos que promuevan el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo rural. La evaluación de los circuitos se realizó mediante la colaboración y el conocimiento de los habitantes y autoridades locales, estudiantes y académicos universitarios, basada en las preferencias de los visitantes, quienes determinaron que cinco de los ocho circuitos turísticos diseñados resultan ser viables para su instrumentación.

Palabras Clave: Circuitos turísticos; Desarrollo local sustentable; Estrategia; Evaluación; Instrumentación; Planeación participativa.

Sustainable local development strategy in the Otomí-Mexica Natural Protected Area of the State of Mexico. Touristic circuits at the municipality of Isidro Fabela.

Abstract: The object of study of this research is based on the analysis carried out on the design, instrumentation and evaluation of tourist circuits based on a community-based proposal, based on the approach of rural tourism and sustainable local development. The methodological structure formulated and applied in this research includes participatory planning, application of structured interviews, direct observation in the field; the joint application of geographic information systems tools, multi-criteria analysis and participatory mapping. As a result, it is proposed that the most viable and sustainable way to take advantage of the resources of the municipal territory of Isidro Fabela from a local perspective is through the implementation of tourist circuits that promote the development of activities related to rural tourism. The evaluation of the circuits was made through the collaboration and knowledge of the inhabitants and local authorities, students and university academics, based on the preferences of the visitors, who determined that five of the eight touristic circuits designed are viable for their instrumentation.

Keywords: Evaluation; Instrumentation; Participatory planning; Strategy; Sustainable local development; Touristic circuits.

* Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: geo_morf@hotmail.com

** Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: ggc1321@yahoo.com.mx

*** Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: jupi582602@gmail.com

1. Introducción

La presente investigación se desarrolló bajo las consideraciones epistemológicas del turismo rural, el desarrollo local y el desarrollo sustentable, y de la aplicación de herramientas geotecnológicas, además de destacar el rol que juegan las comunidades rurales en la propuesta, diseño e instrumentación de estrategias de desarrollo local que de manera empírica se implementan dentro de los territorios rurales de México. El vínculo que se obtuvo durante este proceso de investigación participativo (comunidad-universidad) es un intento por mejorar las estrategias de desarrollo que los habitantes y autoridades del municipio de Isidro Fabela han venido desarrollando de forma práctica sin obtener los resultados deseados.

En este artículo se analiza de forma crítica las propuestas que los habitantes y autoridades locales tienen pensado desarrollar, las opiniones que se manifiestan al interior del municipio son expresadas principalmente por aquellas personas y autoridades que se encuentran vinculadas estrechamente con el desarrollo de actividades sociales, ambientales y turísticas. Actividades que les han permitido comprender la importancia de generar e instrumentar estrategias que mejoren el bienestar de los habitantes sin poner en riesgo los recursos naturales y socioculturales disponibles en el territorio.

Desde estas experiencias surgen algunos conocimientos que les han ayudado a comprender los problemas de rezago social, económicos, educativos y de salud por los que actualmente atraviesa el 94.77% de la población municipal. De acuerdo al Programa de Desarrollo Municipal de Isidro Fabela 2013-2015 y las estadísticas presentadas por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) el 43.81% de la población municipal se encuentra en situación de pobreza, el 15.13% en pobreza extrema, el 35.83% en pobreza moderada y sólo el 5.23% de la población está considerada fuera del rango de vulnerabilidad de pobreza y marginación (CONEVAL, 2012).

La problemática referida ha generado que más del 70% de la población económicamente activa del municipio (PEA), se encuentre realizando actividades económicas dentro del sector terciario, siendo el comercio informal al por menor la principal actividad económica, seguida de actividades económicas relacionadas con el transporte público. A partir del análisis de esta problemática, de las inquietudes actuales de un sector de la población (25 habitantes) y de algunas autoridades vinculadas con el desarrollo del turismo (regidora en turismo y educación) el desarrollo social (coordinador) y del ambiente (director municipal), interesados por mejorar las condiciones económicas, ambientales y socioculturales de la población de Isidro Fabela, surge la propuesta del diseño y creación de circuitos turísticos para fomentar el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales de la región.

Este acercamiento se realizó mediante una reunión, en la cual participaron representantes sociales, personal del Ayuntamiento del municipio y representantes de la universidad (alumnos y profesores). En esta reunión se discutieron diversos puntos con el fin de escuchar las inquietudes y opiniones de los representantes locales y con ello seleccionar, estructurar y definir una estrategia viable que les permita aprovechar y difundir de manera adecuada los recursos con los que cuenta su municipio. La población local afirmó en todo momento, que su territorio tiene amplia diversidad de recursos naturales, arquitectónicos, culturales e históricos que pueden ser utilizados para promover el turismo y con ello generar fuentes de empleo para los habitantes. El resultado obtenido durante la reunión fue el acuerdo para diseñar de manera participativa (ayuntamiento-universidad) una serie de circuitos turísticos con los cuales se pueda realizar un adecuado aprovechamiento del territorio.

El desarrollo e instrumentación de los circuitos turísticos fue realizado mediante una metodología participativa que consta de cinco fases de análisis. La primera describe el acercamiento de representantes de la universidad con pobladores y autoridades del Ayuntamiento para definir una estrategia de desarrollo local. En la segunda fase, se realizó una caracterización geográfica del territorio para determinar el estado actual de los componentes territoriales (biofísicos y socioculturales) del municipio. Los métodos, materiales y herramientas utilizadas en el diseño de los circuitos turísticos se describen en la tercera etapa metodológica.

En la cuarta fase de análisis se realizó una evaluación multicriterio para determinar la viabilidad de los circuitos turísticos desde una perspectiva local, administrativa y académica. En la última etapa de la metodología se explica cómo un grupo de visitantes (20 personas) evaluaron el recorrido de uno de los circuitos turísticos que resultó viable desde la evaluación multicriterio. Se concluye con una serie de reflexiones que analizan y discuten de manera crítica las limitantes y posibilidades de éxito que tienen los circuitos turísticos para ser implementados como una estrategia de desarrollo local sustentable dentro del territorio que conforma el municipio de Isidro Fabela.

2. Antecedentes

Las tendencias actuales de globalización han marcado las dinámicas del territorio y la construcción de nuevos paradigmas. Dentro de lo rural, han surgido diversos enfoques y modelos de desarrollo que buscan ampliar los horizontes y las perspectivas que se tienen sobre el mundo rural y explicar las dinámicas de estos espacios y cómo ha evolucionado en las últimas décadas. La nueva ruralidad ha sido uno de ellos, la cual busca explicar las nuevas tendencias del territorio, donde la dicotomía entre lo rural y lo urbano desaparece paulatinamente (Bertrand *et al.*, 1987).

Durante la década de 1980, México se encontraba en plena transformación de sus áreas rurales ya que el Estado comenzó una transición en su modelo de desarrollo económico, pasando del modelo benefactor a establecer un modelo neoliberal que muchos países de Europa habían adoptado, esto tuvo como consecuencia un efecto negativo en el desarrollo socioeconómico de la población que vivía en zonas rurales, pues fue ahí donde provocó fuertes problemas sociales como la disminución de empleos, lo cual ocasionó el aumento en los niveles de migración hacia las ciudades más grandes de México y los Estados Unidos de América y con ello el aumento de pobreza entre los sectores de la población que decidían quedarse en sus lugares de origen (Cooney, 2007).

Según el CONEVAL para el año 2012 se calculó que en México había alrededor de 53.3 millones de personas pobres (45.5% del total de la población), frente a unos 52.8 millones registrados durante 2010. Con base en el aumento de los niveles de pobreza de las zonas rurales de México, el gobierno instituyó el Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES) reconocido como el pionero del turismo rural en México, el cual surge como una alternativa a los problemas del mundo rural desatados por el cambio de modelo económico que presentaba el país. El ahora Instituto Nacional de la Economía Social (INAE) antes FONAES, propone al turismo rural y sus diversas modalidades como una alternativa para generar ingresos extras y mejorar la calidad de vida de la población rural en México.

Según Pérez (2010), el turismo rural surge como una vertiente del turismo alternativo que se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de aprovechamiento responsable de los entornos ambiental, sociocultural y económico de las zonas donde se lleva a cabo. Esta actividad tiene como objetivo el crecimiento económico y la revalorización de las áreas rurales, ayudando con ello a disminuir los niveles de pobreza, haciendo partícipes a los sectores más desprotegidos del mercado laboral (mujeres, jóvenes y ancianos) involucrándolos en actividades productivas del territorio.

En este sentido Garduño *et al.* (2009) y Varisco (2015) hacen referencia al turismo rural como una fuente de ingresos adicionales a las actividades agropecuarias que desarrollan las personas en áreas rurales, aprovechando la riqueza cultural, social y ambiental presentes en el territorio. Mencionan que este desarrollo turístico propicia que el campesino pueda generar su propia economía a través de actividades que realiza en su vida cotidiana, ofreciendo con ello servicios de interés para las personas que usualmente no están familiarizadas con estas actividades, lo que permitirá reducir los niveles de pobreza en sus comunidades.

De esta forma, el turismo rural, al tratarse de una actividad integradora se postula como uno de los principales impulsores de la valorización del territorio que contribuye eficazmente a: 1) incrementar el ingreso y el empleo rural, especialmente de jóvenes y mujeres, limitando su migración a las ciudades, problema especialmente frecuente en zonas de montaña; 2) valorizar y recuperar la arquitectura rural y el patrimonio inmobiliario tradicional; 3) redescubrir y promover los productos típicos y las maneras tradicionales de cultivarlos y prepararlos; 4) integrar la cultura campesina con la cultura artesanal (culinaria y de otros tipos); y 5) conservar el paisaje rural (Cooney, 2007).

Desde la perspectiva integral de Cooney (2007), Garduño *et al.* (2009), Pérez (2010) y Varisco (2015) se puede definir el turismo rural como una actividad integral que contempla entre sus objetivos el aprovechamiento de los recursos del territorio y de manera adicional integra a las actividades agropecuarias y forestales como parte de los servicios que se pueden ofertar dentro de los territorios rurales, considerando en todo momento el aprovechamiento sustentable interno y externo sobre los recursos naturales, sociales, económicos, políticos y culturales que se encuentran inmersos en el territorio, ya que estos serán los principales protagonistas del desarrollo. Como se puede apreciar los fundamentos teóricos y metodológicos del turismo rural tiene una estrecha relación con las directrices epistemológicas del desarrollo local y el desarrollo sustentable.

Para entender las relaciones entre estos conceptos y cómo dan paso al desarrollo local sustentable, es necesario considerar que durante el año 1975 el Banco Mundial expuso por primera vez el concepto de desarrollo local, modelo que a lo largo de su construcción conceptual ha plasmado sus objetivos más allá de la visión limitada del modelo tradicional capitalista actual. Surge como una opción para

promover los proyectos de desarrollo sustentable, impulsando y potencializando los territorios locales, desde un pensamiento racional sobre el aprovechamiento de los recursos naturales, sociales, económicos, políticos y culturales que se encuentran en ellos. De acuerdo con Rofman y Villar (2006) el desarrollo local plantea una nueva forma de relacionar el ambiente con la sociedad, estos autores determinan que, si no existe la capacidad y la voluntad de equidad social que, da paso a la justicia social, difícilmente se podrá garantizar a todos los ciudadanos un acceso recíproco de alimentos, servicios de salud, educación, trabajo y empleo.

El punto medular de esta percepción recae en que la justicia social, es un elemento clave que eslabona al estado con la sociedad y por consecuencia al crecimiento económico con el desarrollo social. Sin embargo, mientras no se logren las condiciones necesarias para generar fuentes de empleo y la intervención de los sectores sociales, públicos y privados en pos de una justicia social, no es posible hablar de un desarrollo local. Por su parte Troitiño (2000) expone que en todo territorio existe una sociedad que expresa una cultura propia, la cual se forma a partir del uso de los recursos que le provee su entorno natural y que, al ser usados de una manera racional, entran en un proceso de revalorización territorial, fomentando con ello nuevas expectativas y oportunidades para el desarrollo futuro de territorios locales en donde los principales protagonistas serán el territorio, la sociedad y la cultura. Ya que a partir de sus interrelaciones se fortalecerá el bienestar integral de las sociedades y como consecuencia la sustentabilidad del territorio y sus componentes biofísicos y socioculturales.

Durante la década de 1980 la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo mediante el informe “Nuestro Futuro Común” coordinado por la doctora noruega Gro Harlem Brundtland, se propone por primera vez el término “desarrollo sustentable”, concepto que centró su atención en los modelos económicos preponderantes de los países desarrollados y en los impactos negativos que estos estaban causando sobre los sistemas ecológicos acogidos en los países subdesarrollados. El término desarrollo sustentable se sustenta en los principios epistemológicos de tres disciplinas: la ecología, la economía y la sociología, las cuales buscan el desarrollo y crecimiento económico de una sociedad contemplando la conservación de los recursos naturales (Ceballos, 2010).

Para la década de 1990, el concepto de desarrollo sustentable dejó de ser un tema emergente y se convirtió en tema obligado dentro de los debates políticos y programas de gobierno a nivel mundial, fue tan grande el impacto que causó este nuevo modelo entre los países desarrollados como subdesarrollados que México trató de insertar un régimen jurídico normativo que se encargara de regular y coordinar las problemáticas ambientales, evitando con esto poner en riesgo el stock del capital natural a través de normas que promovieran la preservación del medio ambiente y los recursos naturales.

Para alcanzar la sustentabilidad localmente, es necesario lograr el desarrollo local desde una perspectiva de aprovechamiento racional y sustentable de los componentes del territorio, para lo cual el acceso a los recursos debe realizarse con equidad y justicia social. Con base en este enfoque teórico-conceptual se define el desarrollo local sustentable, el cual busca fundamentar toda acción colectiva que recaiga sobre el aprovechamiento sustentable de los territorios locales, en aras de transitar hacia escenarios locales más justos y prósperos, en donde la equidad y el desarrollo social para todos los habitantes sea el punto medular que fomenta el desarrollo. Este enfoque tiene sus orígenes a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, en junio de 1992, este concepto se sustenta en un desarrollo local sustentable, promovido por habitantes y autoridades locales, quienes deben establecer estrategias de acción colectiva para la protección del ambiente, la prosperidad económica y el bienestar social dentro del ámbito local (Morales *et al.*, 2006 y Ceballos, 2010).

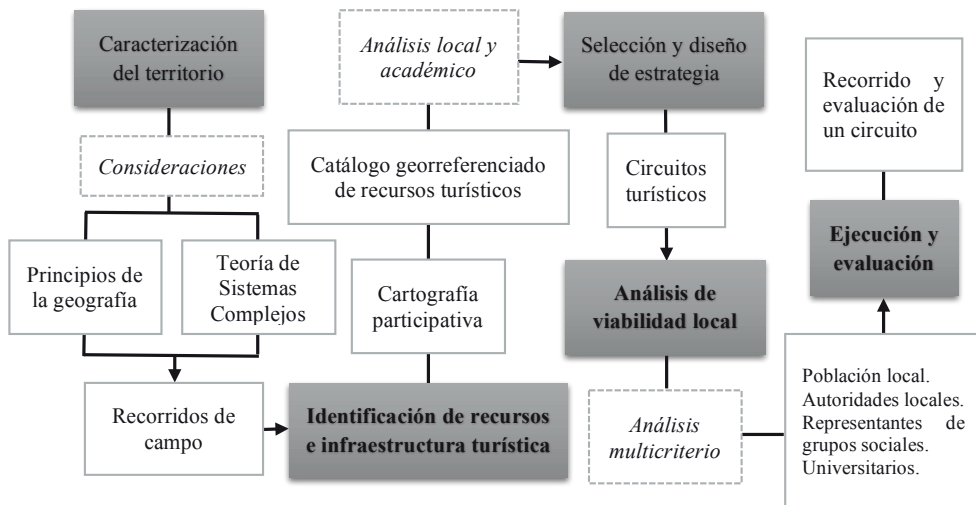
Desde estas perspectivas, surge la necesidad de buscar alternativas e instrumentar estrategias de desarrollo local sustentable para los territorios rurales con problemas de vulnerabilidad y rezago social en donde los principales protagonistas del desarrollo sean los miembros de las sociedades locales, quienes deben impulsar el desarrollo social y económico de su comunidad sin poner en entredicho la conservación del ambiente, los recursos naturales y la identidad cultural de sus pobladores.

Para el municipio de Isidro Fabela que forma parte del Área Natural Protegida Parque Otomí-Mexica del Estado de México, el emergente deterioro ambiental de su territorio tiene una estrecha relación con el crecimiento habitacional de las metrópolis del centro de México. No obstante, la visión local de sus habitantes y autoridades sobre la conservación y aprovechamiento sustentable del territorio a partir del desarrollo de actividades inmersas en el marco del turismo rural, abre una posibilidad viable de implementar una estrategia de desarrollo local que considere entre sus objetivos la utilidad económica y al mismo tiempo la preservación y permanencia de los recursos naturales, sociales, económicos, políticos y culturales de su territorio. Siendo la acción colectiva y la equidad social de los habitantes y autoridades locales, el principio que detone el desarrollo local sustentable del territorio municipal.

3. Metodología

La metodología de esta investigación se sustenta en las consideraciones conceptuales y metodológicas del turismo rural, el desarrollo local, el desarrollo sustentable, principios geográficos y sistemas complejos. Estos principios teórico-metodológico fueron vinculados con teorías y métodos de investigación participativa como: planeación participativa, cartografía participativa, entrevistas estructuradas y análisis multicriterio; herramientas (cuestionarios y fotografías) e insumos geotecnológicos como: GPS, software, imágenes de satélite y mapas; y técnicas de trabajo de campo (observación directa, observación participante y recorridos de campo) que han demostrado ser eficientes en el desarrollo e instrumentación de estrategias de desarrollo local sustentable. En el siguiente diagrama (figura 1) se describe las fases metodológicas de la investigación.

Figura 1: Diagrama metodológico general



Fuente: Elaboración propia a partir de Geilfus, 2002.

3.1. Interacción de habitantes y autoridades locales con integrantes de la universidad

Esta fase se desarrolló bajo las consideraciones teóricas de la planeación participativa (Korstanje, 2008) enfoque que considera la participación activa de habitantes y autoridades locales en el desarrollo e instrumentación de estrategias de desarrollo local. Durante el acercamiento de habitantes y autoridades locales con integrantes de la universidad, se determinó que una estrategia viable mediante la cual es posible aprovechar y difundir los recursos del territorio desde una perspectiva local y sustentable, es a través de las actividades consideradas dentro del marco de estudio del turismo rural (etnoturismo, agroturismo, talleres locales y artesanales, senderismo y fotografía rural, entre otras), actividades que serán difundidas y practicadas mediante circuitos turísticos. Con esta estrategia, habitantes y representantes universitarios planearon realizar un aprovechamiento local, sustentable y ordenado de los recursos naturales y socioculturales disponibles en el territorio.

3.2. Caracterización integral del territorial municipal de Isidro Fabela, Estado de México

La caracterización de los componentes territoriales del municipio de Isidro Fabela, se sustentó en las consideraciones teóricas de los Sistemas Complejos (García, 2006) fundamentos que ayudaron a identificar y explicar las interrelaciones que existen entre los componentes geográficos del territorio (ubicación geográfica, fisiografía, geología, clima, hidrología, edafología y cubiertas del suelo) con las características socioculturales de las poblaciones que habitan dentro de los ambientes del territorio. El análisis y descripción de los componentes geográficos del territorio se realizó mediante la construcción

de cartografía temática, el uso de imágenes de satélite SENTINEL 2 del año 2016 y con recorridos de campo por los diferentes ambientes que integran el espacio geográfico del municipio.

La caracterización de los componentes socioculturales (población, salud, educación, economía y aspectos culturales) se realizó mediante el análisis y descripción de información estadística de las 19 localidades que conforman la estructura social del municipio. Esta información fue obtenida de los servidores de información estadística del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del Consejo Nacional de Población (CONAPO) y del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la cual fue comprobada directamente en las localidades que conforman al municipio.

3.3. Identificación y ubicación geográfica de recursos e infraestructura con potencial turístico

Esta fase de la investigación se desarrolló mediante la aplicación de la planeación participativa (Korstanje, 2009) y la cartografía participativa (FIDA, 2010). La aplicación de estos métodos permitió la difusión del proyecto a nivel local, así como la integración y participación de diversos sectores de la población. El método de la cartografía participativa se aplicó durante los recorridos de campo dirigidos por autoridades locales (regidora en turismo, coordinador de medio ambiente y la coordinadora de desarrollo social), representantes del grupo social de bienes comunales e integrantes de la Asociación de Artesanos y Comerciantes del Mercado Municipal y ocasionalmente por representantes de la población local. Durante los recorridos se ubicaron geográficamente los recursos, que la población local considera tienen potencial para el turismo.

Derivado de esta actividad se realizó la construcción de un catálogo georreferenciado de recursos con potencial turístico, los cuales fueron representados en tablas y mapas temáticos de acuerdo a la clasificación de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la cual determina que los recursos turísticos de un territorio se deben clasificar de la siguiente manera:

Tabla 1: Clasificación de recursos turísticos para el municipio de Isidro Fabela, Estado de México.

Culturales	Folclor	Naturales
Comerciales	Artesanías locales	Fauna, flora y hongos
No comerciales	Festividades religiosas	Hábitats
Históricos	Festividades culturales	Hidrológicos
		Miradores, peñas y barrancas

Fuente: Elaboración propia con base a la Organización Mundial del Turismo 2015.

A partir de esta clasificación, se diseñó la versión final del catálogo georreferenciado de los recursos turísticos del municipio, el cual consta de fichas de identificación con datos de la ubicación geográfica, información general de cada uno de los recursos identificados en campo, infraestructura turística existente y de los servicios complementarios disponibles en las comunidades del municipio.

3.4. Diseño y trazado de circuitos turísticos

Mediante la aplicación de los principios geográficos de localización (Ratzel, 1914), descripción (Vidal, 1917) y conexión-relación (Brunhes, 1920), se definieron una serie de criterios para el trazado de los circuitos turísticos, algunos de ellos fueron definidos a partir del acceso a materiales cartográficos (mapas temáticos e imágenes de satélite), del conocimiento local del territorio por parte de los habitantes, herramientas geotecnológicas, el conocimiento jurídico-administrativo de las autoridades del municipio y de las consideraciones técnicas de los integrantes de la universidad.

Tabla 2: Criterios de trazado para los circuitos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.

Figura	Criterio de trazado	Equipo/material	Fuente
Universitarios	Distribución espacial de recursos turísticos (naturales y culturales)	GPS	Trabajo de campo
Universitarios	Distribución espacial de infraestructura y servicios turísticos	GPS	Trabajo de campo
Universitarios	Distribución espacial de servicios complementarios	Mapas de servicios complementarios	DENUE ¹ -INEGI, trabajo de campo
Universitarios	Distancia a localidades	Mapa de localidades	INEGI
Universitarios	Vías de comunicación	Mapa de vialidades	Imagen Spot 5-trabajo de campo y gabinete
Universitarios y actores locales	Tenencia de la tierra	Mapa de tenencia de la tierra	RAN ²
Actores locales	Accesibilidad y disposición para mostrar recursos	Mapa de localización de recursos turísticos	Trabajo de campo y gabinete
Universitarios y actores locales	Conflictos territoriales (zonas de litigio)	Mapa topográfico del municipio	INEGI

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en tabla anterior cada uno de los criterios de trazado cuenta con su material y la fuente de recopilación. Otros criterios que determinaron el trazado de los circuitos fueron tiempo de recorrido y la clasificación de los recursos (natural, cultural o mixto). Criterios que fueron determinados a partir de las preferencias del visitante, los cuales se obtuvieron a través de la aplicación de cuestionarios semiestructurados a un número representativo de visitantes (50 personas) los cuales fueron elegidos de manera aleatoria en el área de mayor afluencia turística del municipio (Presa Iturbide). Una vez definidos los criterios de trazado, éstos fueron automatizados en capas independientes en formato (shp) e introducidos a la plataforma de *Arc-Gis* 10.2, software que permitió la aplicación de metodologías de teledetección y cartografía automatizada (interpolación, reclasificación y análisis multicriterio) mediante las cuales se representaron de manera gráfica los circuitos turísticos.

3.5. Viabilidad local de los circuitos turísticos

La viabilidad local de los circuitos turísticos se determinó mediante el análisis multicriterio, método que sustenta sus bases científicas en la Teoría de la Acción Colectiva (Rodríguez, 2002.) la cual centra sus bases en la autoorganización social, que de acuerdo con Wolfe (1989) la podemos encontrar en “las familias, comunidades, redes de amistad, conexiones solidarias en los lugares de trabajo, voluntarismo, grupos espontáneos y movimientos”. Para el caso de esta investigación este método permitió evaluar una serie de atributos que, según instancias gubernamentales, institutos de investigación e instancias académicas (universidades), involucrados con el desarrollo y evaluación de propuestas turísticas ha sido utilizado para evaluar la viabilidad de rutas, senderos y circuitos turísticos en territorios rurales (tabla 3).

Tabla 3: Atributos seleccionados para evaluar la viabilidad de los circuitos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.

Atributo	Descripción
Accesibilidad	Mide el grado de acceso que tienen los visitantes externos sobre los recursos y servicios turísticos del territorio
Conectividad con otras zonas turísticas	Atributo utilizado para determinar la viabilidad de conexión existente entre el territorio de estudio y otras áreas turísticas de la región.
Conservación de recursos turísticos	Se utilizó para medir el nivel de conservación de los recursos naturales y culturales considerados en cada circuito turístico.
Disposición para mostrar recursos	Decreta el grado de disponibilidad que tienen los habitantes del municipio para mostrar los recursos naturales y culturales de su territorio a personas externas.
Distancia a zonas urbanas	Considera la distancia en tiempo que existe entre los circuitos turísticos y la zona urbana del municipio (cabecera municipal)
Infraestructura y servicios	Fundamenta la calidad de servicios e infraestructura turística involucrada en el trayecto de los circuitos turísticos.
Relación territorial con otros municipios	Mide la relación existente entre los grupos sociales (comunal y ejidal) del municipio y los grupos sociales de los municipios colindantes.
Seguridad	Determina la sensación de seguridad que tienen los habitantes respecto a su territorio.
Señalética	Evalúa la calidad y cantidad de letreros visuales disponibles en el territorio para la ubicación de servicios turísticos.
Vías de acceso	Establece el estado de conservación de las vías de comunicación involucradas en el desarrollo y recorrido de los circuitos

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación de los atributos presentados en la tabla anterior se sustentó en el conocimiento territorial de los pobladores locales, conocimientos administrativos y jurídicos de las autoridades municipales y conocimientos científicos de los integrantes de la universidad, quienes fungieron como figuras evaluadoras de los atributos definidos para cada uno de los circuitos turísticos, mismos que se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 4: Clasificación de atributos de acuerdo a la figura evaluadora.

No.	Atributo	Figura Evaluadora		
		Población y representantes sociales	Autoridades locales	Universitarios
1	Accesibilidad	x		
2	Conectividad con otras zonas turísticas			x
3	Conservación de recursos turísticos			x
4	Disposición para mostrar recursos	x		
5	Distancia a zonas urbanas			x
6	Infraestructura y servicios		x	
7	Relación territorial con otros municipios	x		
8	Seguridad	x		
9	Señalética		x	
10	Vías de acceso		x	

Fuente: Elaboración propia.

Cada atributo fue calificado en una escala de 1-10, considerando el rango mayor con mejor viabilidad. La evaluación de los atributos se realizó mediante una matriz tabular, la cual fue entregada a los participantes durante el desarrollo de los talleres participativos efectuados en las instalaciones del Mercado Municipal, el Ayuntamiento y la Biblioteca Municipal de Isidro Fabela. De acuerdo con su criterio y experiencia personal cada uno de los asistentes evaluaron los atributos correspondientes. Antes de realizar la evaluación de los atributos de cada uno de los circuitos turísticos, estos fueron presentados mediante una serie de mapas, explicando a detalle el tipo de recursos que lo conforman, el territorio municipal que comprende cada uno de ellos, el tiempo de recorrido, las actividades viables en cada punto y los servicios e infraestructura turística disponibles. Posterior a esta actividad se realizó la evaluación de viabilidad local de cada circuito.

Al finalizar los talleres participativos, se realizó la integración de las evaluaciones correspondientes las cuales fueron sumadas para posteriormente obtener la media y con ello definir la ponderación final de cada circuito. Consecutivamente se determinó una serie de rangos: a) 5-6 poco viable; b) 7-8 medianamente viable y c) 9-10 viable, mediante los cuales se definió la viabilidad local de cada uno de los circuitos turísticos.

3.6. Evaluación participativa de un circuito turístico

Esta actividad se realizó mediante la selección y recorrido por el circuito turístico que resultó ser viable durante el desarrollo de la evaluación local. Con la conformación de un grupo de 15 estudiantes universitarios, tres representantes locales, dos actores sociales y dos profesores universitarios

se realizó el recorrido por el circuito seleccionado. Los participantes fueron trasladados al punto de inicio del recorrido donde les fue entregado un documento con la representación cartográfica de los componentes y peculiaridades del circuito. El recorrido inició a la 8:00 horas y terminó aproximadamente a las 17:00 horas. Durante el trayecto se explicó a los participantes las características específicas y la importancia de cada uno de los componentes y ambientes locales.

Previamente al recorrido se informó a los participantes la disposición de una hora para el consumo de alimentos y descanso en uno de los establecimientos locales. Después de concluido el recorrido, a cada participante le fue proporcionado un cuestionario con diez preguntas para evaluar algunas características del circuito: tiempo del recorrido, conservación de los recursos turísticos, potencial turístico y disposición a pagar a un guía por el recorrido e interpretación de los componentes observados. Posteriormente a esta actividad se hizo la recopilación de información de los cuestionarios a través de una matriz tabular que permitió la construcción de gráficas, con las cuales se determinó la viabilidad del circuito turístico. Con esta actividad se tuvo una perspectiva de análisis de adentro hacia afuera y de afuera hacia adentro y se determina que la evaluación del circuito turístico se realizó desde los principios del enfoque integral del desarrollo local sustentable y del turismo rural.

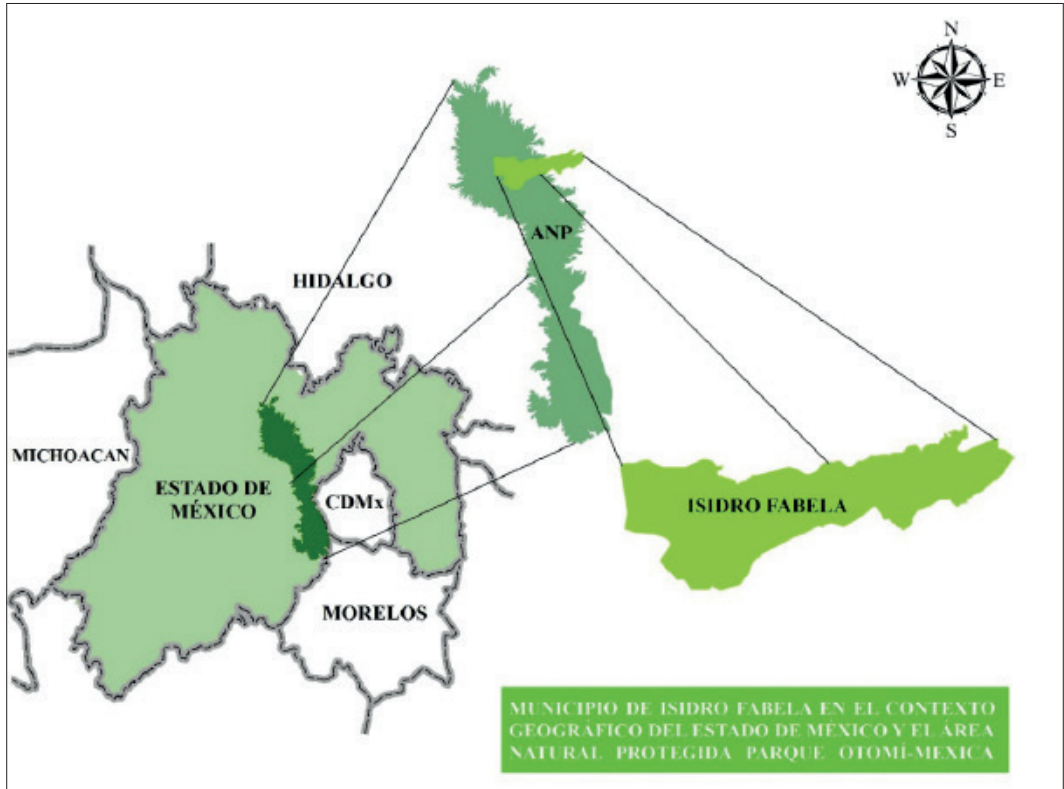
4. Resultados

4.1. Caracterización integral del territorial

El municipio de Isidro Fabela se encuentra ubicado en la zona centro del Estado de México, en la porción norte del Área Natural Protegida, Parque Ecológico Turístico y Recreativo Zempoala La Bufa, denominado Parque Otomí Mexica del Estado de México, en una zona conocida localmente como Monte-Alto (Figura 1). Fisiográficamente el territorio municipal está formado por un relieve accidentado que presenta profundas cañadas en dirección este-oeste, acompañadas de una serie de elevaciones (volcanes), el promedio altitudinal del territorio oscila entre 2,325 y 3,765 msnm (INEGI-CEM, 2015).

La latitud y las características topográficas del territorio son elementos geográficos que determinan las condiciones climáticas presentes en la región. El clima es semifrío-subhúmedo con lluvias en el verano C(E)(w)(w), característico de zonas de montaña en México, la temperatura oscila entre los 25 °C en verano y los -5 °C en la fase más aguda del invierno (mes de enero). Dentro del espacio geográfico de estudio, existen una serie de manantiales de aguas cristalinas principalmente en las zonas de montaña, cuerpos de agua que dan origen a ríos y escurrimientos vitales para el desarrollo de las coberturas arbóreas, arbustivas y herbáceas, entre las que destaca los bosques de pino (*Pinus hartwegii*) que ocupan las partes altas del territorio, en las zonas de mediana altitud existen cañadas en donde se desarrollan los bosques de oyamel (*Abies religiosa*) (García, 1990 e INEGI, 2016).

Figura 1: Ubicación geográfica del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia.

Los bosques encino (*Quercus ssp.*) se desarrollan en las partes bajas del territorio municipal, donde las pendientes son menores a 35°, característica topográfica que ha permitido que esta y otras especies arbóreas sean impactadas por el desarrollo de actividades agrícolas, ganaderas y por el constante crecimiento de las zonas habitacionales. Actualmente en este espacio geográfico el bosque de encinos ha sido uno de los más afectados por los procesos de cambios que presentan las coberturas del suelo, las pequeñas áreas del territorio municipal que aún conservan su cubierta del suelo original sirven de manera conjunta con especies introducidas de cedro blanco, capulín y otros árboles frutales como límite natural de parcelas, rancherías y localidades (INEGI, 2016).

Desde el punto de vista social y político, el territorio de Isidro Fabela está constituido administrativamente por 19 localidades, una de ellas es la cabecera municipal (Tlazala de Fabela). Ninguna de las localidades del municipio tiene más de 2,500 habitantes, característica administrativa que clasifica al territorio como rural. Para el año 2015 el municipio tenía una población de 11,726 habitantes de los cuales 5,804 son hombres y el resto mujeres, al asociar la extensión territorial del municipio y el número de habitantes se estima que la densidad de población es de 175 habitantes/km². La población del municipio es relativamente joven ya que el 55% se concentra en los grupos quinquenales menores a 34 años, por su parte la población económicamente activa (PEA) constituye el 37.03% de la población total y las principales actividades económicas que desarrollan se encuentran clasificadas dentro sector terciario (comercio al por menor y transporte) de las cuales las familias del municipio obtienen su principal ingreso económico (INEGI, 2015 y SEDESOL, 2013).

La estructura económica no ha sido suficiente para dar sustento a su población y amortiguar los altos niveles de marginación que presentan las localidades del municipio, obligando con ello a la población y autoridades locales a buscar nuevas alternativas de desarrollo que fomenten el crecimiento económico del municipio y el desarrollo humano. La caracterización integral del territorio municipal fue útil para determinar el estado actual de sus componentes y su relación con ambientes adyacentes en el contexto del área natural protegida. La caracterización integral es de vital importancia para la planeación de

estrategias de desarrollo local sustentable, ya que a partir de los datos obtenidos se puede tener una percepción detallada sobre los componentes territoriales (biofísicos y socioculturales) y su estado actual, los cuales son importantes para la planeación y toma de decisiones de los territorios rurales en México.

4.2. Clasificación y ubicación geoespacial de recursos e infraestructura turística

Resultado de los recorridos de campo, la participación social y la aplicación de cuestionarios, se hizo la caracterización y ubicación geoespacial de 115 recursos turísticos (Mapa 1), los cuales fueron agrupados en tres categorías (Tabla 5) y caracterizados mediante fichas de identificación (Figura 2). La infraestructura existente en el municipio de Isidro Fabela y destinada a proporcionar servicios a los visitantes está compuesta de nueve granjas productoras de trucha (trucheros), cuatro ofrecen servicio de hospedaje en cabañas rústicas y una ofrece el servicio de campamento. En estos espacios se oferta a los visitantes el servicio de alimentos y bebidas, con gran variedad de guisados a base de productos locales como quelites, hongos, maíz y carne de animales criados en las mismas granjas, este tipo de infraestructura se encuentra ubicada principalmente en la zona de montaña.

Tabla 5: Clasificación de recursos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.

Recursos turísticos					
Naturales	Núm.	Culturales	Núm.	Folclóricos	Núm.
Hábitat	5	Comerciales	16	Artesanías	12
Flora	10	No comerciales	5	Festividades religiosas	3
Fauna	10	Históricos	8	Festividades culturales	3
Hongos	10				
Hidrológicos	6				
Barrancas	1				
Peñas	2				
Miradores	24				
Total	68		29		18

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2: Ficha de identificación de recursos.

MIRADOR 1. CERRO DE LAGUNA SECA

Coordenadas: x: 447312 y: 2162412.
 Altitud: 3633 msnm.
 Municipio: Isidro Fabela.
 Localidad: Las Palomas.
 Tipo de tenencia: Comunal.
 Administra: Sociedad de bienes comunales.
 Categoría: Mirador Natural.
 Descripción: Mirador ubicado en la ladera Sur del cerro de Laguna Seca. Desde este punto se puede apreciar el paisaje sur del territorio.
 Vía de acceso: Vereda sinuosa.
 Acceso al recurso: Pie.
 Tipo de acceso: Libre.
 Época propicia de visita: Todo el año. Infraestructura: Ninguna.
 Actividades a desarrollar: Paisajismo, fotografía y video.
 Servicios actuales: Ninguno. Alimentación: Ninguno. Lugares de esparcimiento: Bosques de pino y peñas. Otros servicios: Ninguno.

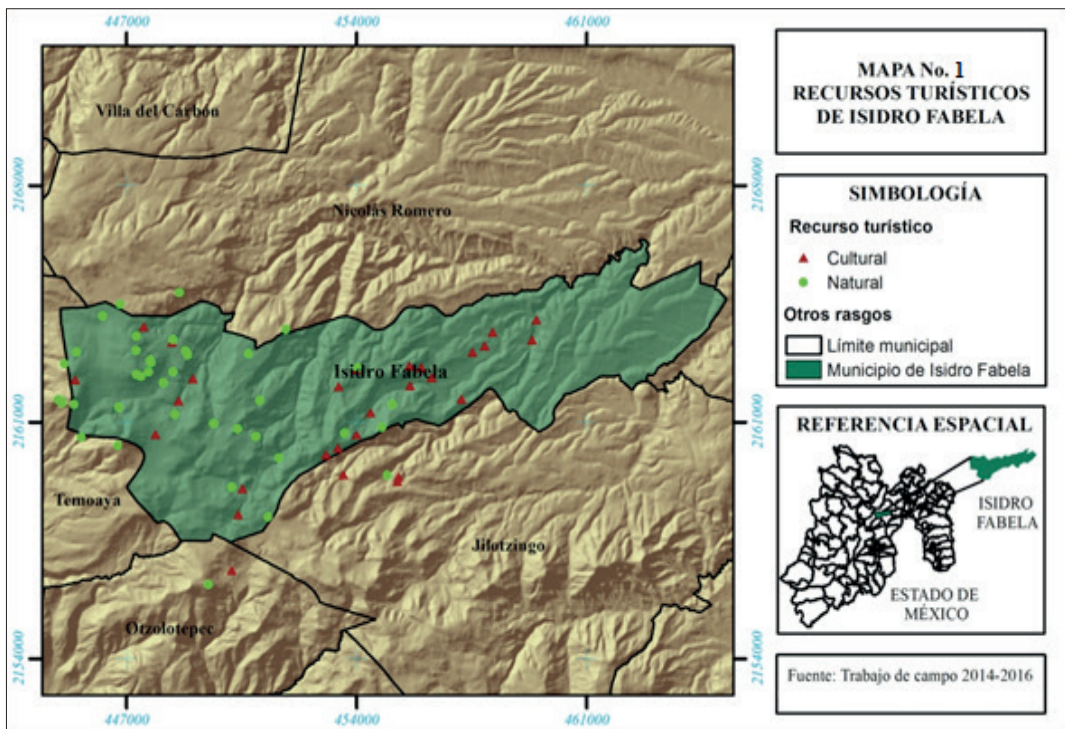


Villegas-Martínez

Fuente: Elaboración propia.

En la cabecera municipal de Isidro Fabela se concentra el mayor número de servicios, entre los cuales se puede destacar dos hoteles tres estrellas, un hotel boutique (El refugio del Águila), un hotel campestre y un hotel-balneario. Existen 11 establecimientos que ofrecen servicios de alimentos y bebidas, y un número considerable de servicios complementarios como: servicios bancarios, cajeros automáticos, dos módulos de seguridad pública, un Centro Especializado de Atención Primaria a la Salud (CEAPS), un centro de salud rural, cuatro unidades deportivas con gimnasio al aire libre, un parque recreativo, dos viveros forestales, un centro comercial pequeño, cinco talleres mecánicos, comercios de comida rápida, papelerías, centros de cómputo, farmacias y misceláneas.

Mapa 1: Representación geoespacial de los recursos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia.

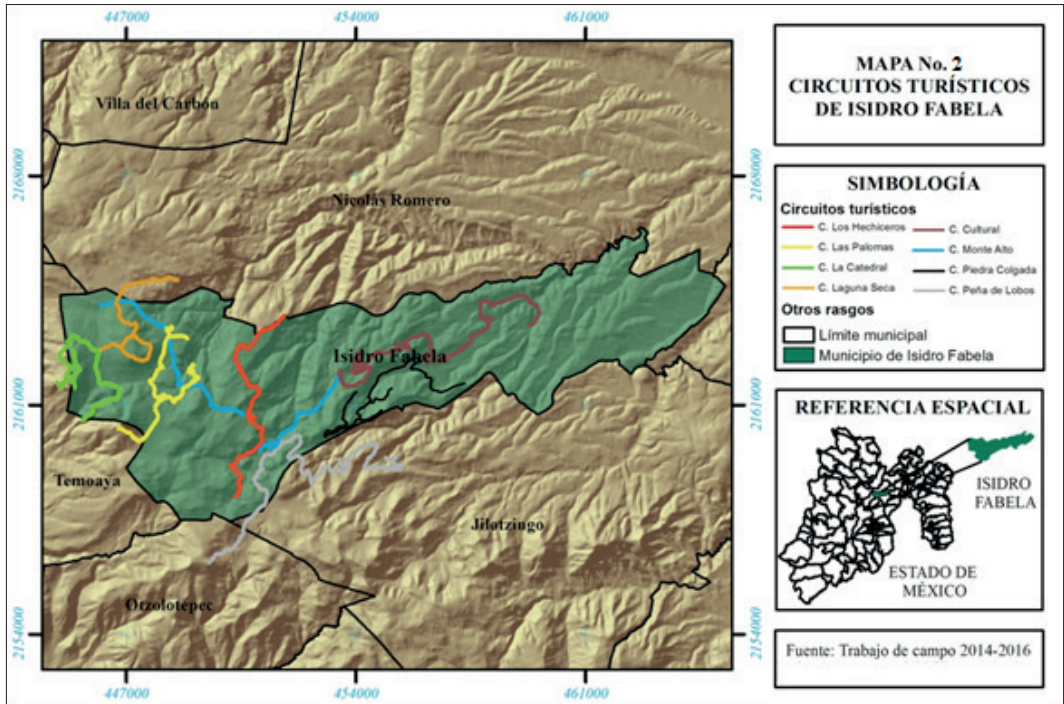
4.3. Diseño y trazado de circuitos turísticos

El diseño y construcción de los circuitos de turísticos, está pensado como una estrategia de desarrollo local sustentable, ya que han sido los mismos habitantes quienes han sugerido que los circuitos pueden ser una estrategia viable para implementar y difundir de manera ordenada y sustentable actividades de turismo rural dentro de su territorio municipal. Así mismo los representantes de la universidad esperan que los circuitos turísticos sean el eje rector que permita la inclusión y difusión de infraestructura turística y de servicios complementarios, además de ser el detonante principal de nuevos canales de comercialización para productos y artesanías locales, la generación de empleos vinculados con la prestación de servicios turísticos y el medio de adecuado para la preservación y valoración de recursos inmersos en territorios rurales de México. El resultado más representativo que se obtuvo en esta fase de la investigación son ocho circuitos turísticos representados cartográficamente, algunas de sus características generales de cada circuito se presentan en el siguiente mapa y en la tabla 6.

Derivado de la instrumentación de los circuitos turísticos, se espera tener un control adecuado en el desarrollo de actividades turísticas dentro del territorio municipal y con ello evitar la desarticulación

de las personas que realizan este tipo de actividades. Además, se espera que los circuitos sean un instrumento valioso para evitar la equivocada difusión turística del territorio, ya que en la actualidad la difusión errónea del turismo dentro del municipio ha provocado que más del 97% de los visitantes se concentren solamente en un punto del territorio (Presa Iturbide). Problemática que actualmente está generando impactos negativos sobre el ambiente los más comunes son: erosión del suelo generada por la apertura de nuevos caminos de forma irregular y desordenada y procesos de fragmentación ecosistémica, fenómeno que incide de manera directa en la disminución de comunidades vegetales, provocando una reducción importante del hábitat para la fauna local.

Mapa 2: Representación geoespacial de los circuitos de turismo rural del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Características generales de los circuitos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.

Circuito turístico	Distancia (Km)	Duración aproximada	Altitud promedio (msnm)	Relieve	No. de recursos	Distancia a cabecera municipal
Monte-Alto	15.5	8 horas	3300	Montañoso semiplano	10	35 minutos
Laguna Seca	7.4	5 horas	3595	Montañoso accidentado	10	30 minutos
La Catedral	8.7	6 horas	3610	Montañoso accidentado	10	40 minutos
Las Palomas	10.5	7 horas	3418	Montañoso semiplano	10	25 minutos
Peña de Lobos	15.2	8 horas	3216	Montañoso semiplano	9	45 minutos
Piedra Colgada	11.1	7 horas	3050	Montañoso accidentado	9	15 minutos
Los Hechiceros	8.8	6 horas	3290	Montañoso semiplano	10	25 minutos
Cultural	8.7	8 horas	3600	Montañoso accidentado	11	10 minutos

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Evaluación multicriterio para determinar la viabilidad local de los circuitos turísticos

Por medio de talleres participativos, se presentaron a pobladores, autoridades locales y representantes sociales (ejidatarios y comuneros) la distribución espacial de los ocho circuitos turísticos previamente diseñados y con ello obtener su respectiva opinión. Durante el desarrollo de los tres talleres participativos se tuvo una participación total de 55 habitantes, cinco autoridades locales, tres representantes sociales, seis integrantes del grupo de artesanos y comerciantes, una empleada regional promotora del turismo en el Estado de México y ocho integrantes de la universidad (profesores y estudiantes), quienes de acuerdo a sus conocimientos y experiencias se les asignaron una serie de atributos que debían evaluar (fotografía 1).

A cada atributo se le asignó una ponderación del 1-10, considerando de mayor viabilidad el valor 10. Los resultados obtenidos producto de la realización de los talleres participativos, la participación social y administrativa del ayuntamiento, se muestran de forma numérica en la matriz ponderada (tabla 7). Con la aplicación de métodos estadísticos se obtuvo la suma lineal ponderada que determinó la ponderación final de cada circuito turístico y con ellos su viabilidad local (5-6 poco viable; 7-8 medianamente viable y de 9-10 viable). En la tabla ocho se presentan los rangos de viabilidad para cada uno de los circuitos.

Fotografía 1: Taller participativo. Evaluación de viabilidad local de los circuitos turísticos del municipio de Isidro Fabela, Estado de México.



Fuente: Trabajo de campo 2016.

Tabla 7: Matriz de viabilidad ponderada de los circuitos turísticos del municipio de Isidro Fabela.

Circuito turístico/ No. de Atributo	Población y autoridades locales							Personal técnico			Suma lineal ponderada
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Monte Alto	10	8.6	9.3	10	8	5.6	8.2	8	10	8	95.7
Laguna Seca	10	8.4	9.2	10	7.3	5.7	x ³	8	10	10	87.2
Cerro la Catedral	5.7	6.6	7.6	9.2	8.2	5.6	x	8	10	10	77.5
Las Palomas	10	8.8	9.2	10	7.6	5.6	7.9	8	10	6	91.7
Peña de Lobos	9.7	8.8	9.3	10	8.6	5.8	7.5	8	10	8	95.7
Piedra Colgada	10	8.4	9.6	10	8	5.6	8.7	10	10	8	96.9
Los Hechiceros	9.5	8.2	8.6	10	7.3	5.6	8.8	10	10	8	94.6
Cultural	10	8.2	9.7	10	8.9	7.6	9.4	10	8	8	97.8

Acotaciones: 1= relación territorial con otros municipios, 2= accesibilidad, 3= seguridad, 4= disposición para mostrar recursos, 5= vías de acceso, 6= señalética, 7= infraestructura y servicios, 8= distancia a zonas urbanas. 9= conectividad con otras zonas turísticas y 10= conservación de recursos turísticos.

Fuente: Elaboración propia.

De los ocho circuitos turísticos propuestos, cinco resultaron viables desde las tres perspectivas de análisis (población local, autoridades locales y universitarios) participantes en los talleres participativos. Con estos resultados se determina que los actores locales interesados en implementar los circuitos como una actividad económica adicional pueden comenzar a desarrollar actividades complementarias (organización social y difusión) para su futura apertura en la oferta turística local y regional. Desde la propuesta y diseño de los circuitos se determinó mediante una consulta local que serían los propios pobladores del municipio los encargados de administrar, desarrollar y difundir de manera ordenada y sustentables toda acción o actividad vinculada con la instrumentación de los circuitos y con ello cumplir con los objetivos del desarrollo local sustentable, esto a partir de las actividades vinculadas con el turismo rural.

Tabla 8: Viabilidad de circuitos de turismo rural.

Circuito turístico	Suma lineal ponderada	Ponderación final	Nivel de viabilidad
Monte Alto	95.7	9	Viable
Laguna Seca	87.2	8	Medianamente viable
La Catedral	77.5	7	Medianamente viable
Las Palomas	91.7	8	Medianamente viable
Peña de Lobos	95.7	9	Viable
Piedra Colgada	96.9	9	Viable
Los Hechiceros	94.6	9	Viable
Cultural	97.8	9	Viable

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso de los tres circuitos turísticos que resultaron ser medianamente viables desde el análisis multicriterio, se propone que antes de su instrumentación se analice de manera detallada aquellos atributos que obtuvieron los niveles de ponderación más bajos e implementar estrategias de solución que mejoren su nivel de viabilidad, realizadas estas recomendaciones los habitantes locales pueden tener mejores resultados al momento de su implementación. De acuerdo con el análisis local y académico realizado durante esta investigación, se consideró apropiado obtener una perspectiva externa para determinar la viabilidad de un circuito, esto en función de las preferencias y necesidades de los participantes. Para obtener esta perspectiva se realizó un recorrido por el circuito turístico Peña de Lobos, en el cual se tuvo la participación de 20 personas (97% residentes de otros municipios y la Ciudad de México).

4.5. El Circuito Turístico Peña de Lobos: Un caso de implementación y evaluación

El circuito turístico Peña de Lobos fue elegido para realizar un recorrido, ya que este resultó viable desde la evaluación local y académica. El objetivo de esta actividad fue determinar la viabilidad del circuito desde una perspectiva externa (visitantes), esta actividad proporcionó un soporte adicional a los datos obtenidos durante del desarrollo de los talleres participativos y con ello se dio sustento al trabajo metodológico de esta investigación desde una perspectiva local, académica y externa.

Los resultados obtenidos muestran que 55% de los participantes consideran al recorrido del Circuito Turístico Peña de Lobos, bueno, por su parte, 40% lo definen como muy bueno y sólo el 5% lo consideró como regular. Las perspectivas que motivaron a los visitantes a calificar el recorrido como bueno y muy bueno (95%) se sustentan principalmente en la belleza y conservación natural de los componentes del paisaje del circuito seleccionado. La mayoría consideró a los componentes del circuito como un paisaje natural hermoso, limpio y totalmente diferente a las zonas turísticas presentes en el territorio del Parque Otomí-Mexica del Estado de México. Por su parte el 5% que calificó el recorrido como regular, manifestaron que su decisión se debe principalmente al tiempo de recorrido, ya que este porcentaje mínimo de participantes considera que ocho horas caminando es excesivo. Sin embargo, algunos de

ellos comentaron que estarían dispuestos a recorrer los siete circuitos turísticos restantes, siempre y cuando las condiciones ambientales fueran similares y el relieve menos accidentado.

Con relación a la percepción que determina la conservación de los recursos turísticos considerados dentro del trayecto, el 75% de los participantes consideró que su estado de conservación es muy bueno y el 25% opina que la conservación de los recursos es buena, la principal característica del territorio que motivó a los participantes a calificar el estado de conservación de los recursos como bueno y muy bueno, se debe principalmente a la esencia campestre que actualmente tiene el territorio. Este atributo fue valorado positivamente por los participantes, ya que 90% de ellos habita en localidades urbanas en donde según ellos las condiciones ambientales son deplorables.

Es importante mencionar que al inicio del recorrido a cada uno de los participantes se le entregó un documento impreso que contenía las características generales del recorrido, el tipo de actividad o actividades que se pueden realizar en cada punto y recomendaciones para hacer del recorrido una actividad turística segura, amigable y respetuosa con el ambiente y las localidades establecidas en el territorio. Como información adicional se les proporcionó un mapa impreso con la representación gráfica del trayecto del circuito y mediante una serie de fotos se dan a conocer los recursos naturales y culturales que serán visitados durante el recorrido (mapa 3).

Con respecto, a la percepción sobre el potencial turístico que puede tener el Circuito Turístico Peña de Lobos, 98% considera que la diversidad y conservación de los recursos naturales y los paisajes que se consideran dentro del recorrido, son atributos significativos que detonarán positivamente el potencial turístico de los circuitos y del territorio, por su parte, 2% expone que el circuito recorrido y los circuitos con características naturales similares pueden tener problemas al momento de impulsarlos como una actividad turística, ya que los recorridos no están diseñados para realizarse en familia o con personas discapacitadas. Opinan que los circuitos están diseñados para un sector turístico con experiencia preferencias por caminar en territorios campestres, situación que podría minimizar el potencial turístico de los circuitos.

Mapa 3: Representación cartográfica del Circuito Turístico Peña de Lobos.



Fuente: Elaboración propia.

La última perspectiva expresada por los visitantes -segmento poblacional reducido y mínima demanda en el mercado- podría traer como consecuencia un potencial turístico limitado. No obstante, esta postura externa se contrapone a las dimensiones expuestas por Thomé (2008) quien determina que las estrategias diseñadas bajo el marco de estudio del turismo rural, deben estar orientadas hacia segmentos específicos del mercado. Es decir, deben orientarse hacia aquellos turistas que buscan en un territorio, un medio ambiente conservado donde la población local valore sus recursos y conserve el ambiente como precondition para desarrollar estrategias locales de desarrollo sustentable.

Desde los argumentos de este autor, conservación ambiental, valoración local de los recursos y fundamentos teóricos y metodológicos que se consideraron desde la perspectiva local y académica para el diseño e instrumentación de los circuitos, se espera que los visitantes que deseen realizar recorridos por los circuitos compartan la visión local de la conservación, valoración del territorio y los recursos naturales y socioculturales existentes. La viabilidad turística que los visitantes determinan sobre los circuitos es viable pese a estar discernida en dos posturas contradictorias, no obstante, desde el enfoque del desarrollo local y el desarrollo sustentable, ambas posturas sustentan los objetivos teóricos y metodológicos del turismo rural.

Desde los sustentos teóricos y metodológicos del turismo rural y la percepción de los participantes, el recorrido del Circuito Turístico Peña de Lobos es viable y tiene cualidades que pueden detonar un potencial turístico próspero en la región y con ello contribuir de manera positiva al desarrollo local sustentable, ya que una de las preguntas del cuestionario aplicado a los participantes, acerca de cuánto estarían dispuestos a pagar por un recorrido similar, los datos obtenidos expresan que el 60% de los participantes pueden pagar entre 150 y 200 pesos mexicanos por persona, mientras, el 40% solamente está dispuesto a pagar entre 50 y 100 pesos. Considerando un pago promedio por persona de 150 pesos por circuito, con un máximo permitido de 15 personas sugerido en el Manual de Senderos Interpretativos de la SECTUR (2014), entonces, es posible obtener un ingreso económico máximo de \$2,250 pesos mexicanos, dinero que puede ser aprovechado por los habitantes del municipio que deseen emplearse como guías e intérpretes ambientales.

5. Discusión y conclusiones

Al considerar las ideas de los habitantes locales en el diseño e instrumentación de estrategias de desarrollo local sustentable, se rompe el paradigma clásico de la imposición de estrategias de desarrollo, mismas que en muchas ocasiones son formuladas desde una perspectiva externa y rara vez consideran las características biofísicas del territorio, así como las condiciones socioculturales y económicas de la población. Es claro que el objetivo de esta investigación busca romper con el paradigma de la imposición y proponer nuevas estrategias de desarrollo local desde una perspectiva incluyente con base al conocimiento empírico y científico. Al combinar ambos conocimientos se espera que las estrategias de desarrollo local sean sólidas y tengan mayores posibilidades de éxito a largo plazo.

Durante el desarrollo de esta investigación una de las principales confrontaciones que se identificaron durante la selección de la estrategia de desarrollo local sustentable, fueron los diferentes puntos de vista y necesidades de la población local, ya que cada uno de los participantes compartía sus ideas y propuestas desde sus propias necesidades e intereses y no desde una perspectiva colectiva, situación que en su momento provocó dificultades de organización e inquietudes entre los y las participantes, pues cada integrante quería asignarle mayor importancia a sus ideas y opiniones. La oportuna intervención de los integrantes universitarios se orientó principalmente a fortalecer los lazos de cohesión social y reforzar los procesos de colaboración y participación, considerando en todo momento los diferentes puntos de vista de los participantes. Entre el ir y venir del conocimiento empírico y científico se logró unificar las ideas y presentar a los integrantes locales una propuesta clara, precisa y sencilla, en la cual, cada uno de ellos participaría de manera individual y colectiva.

Estas estrategias ayudaron a disolver el sesgo de participación individual, articulando hacia un mismo objetivo los diferentes puntos de vista de los participantes locales. El punto de cohesión identificado durante la selección de estrategias, parte del conocimiento empírico que los habitantes poseen acerca del ambiente, desarrollo sustentable, desarrollo local, desarrollo humano y turismo. Desde estas perspectivas de desarrollo se cimiento la idea de crear una serie de circuitos turísticos, a partir de los cuales se articule la participación social entre los habitantes del municipio y el aprovechamiento sustentable del territorio. Sin embargo, para algunos autores como Arriola (2003) y Szmulewicz (s/f) describen a los circuitos turísticos como parte de los atractivos que un territorio puede ofrecer a los visitantes, los

cuales al momento de su instrumentación puede ocasionar una serie de problemas ambientales y una pérdida de identidad local entre las comunidades receptoras.

Para evitar las problemáticas referidas por Arriola (2003) y Szmulewicz (s/f), el diseño de los circuitos turísticos se sustentó desde dos perspectivas, la primera de ellas cubre las especificaciones ambientales establecidas en el reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente en Materia de Áreas Naturales Protegidas y el Programa de Manejo del Parque Otomí-Mexica del Estado de México, ya que más del 75% del territorio municipal está decretado como ANP. En el área natural protegida existe una zonificación territorial a partir de una serie de políticas de manejo ambiental (protección, conservación, aprovechamiento y restauración), cuyo objetivo es la conservación, preservación, protección y restauración de los ecosistemas locales, además del monitoreo de actividades socioeconómicas permitidas en cada una de las zonas que conforman el ANP (LGEEPA-ANP, 2014, CEPANAF, 2016).

Desde la perspectiva jurídica el diseño e instrumentación de los circuitos turísticos cumple con los criterios establecidos en la legislación ambiental mexicana. La segunda perspectiva considerada en el diseño de los circuitos fue la participación social de autoridades y grupos sociales del municipio, esta actividad permitió el fortalecimiento de las estructuras locales y dio paso a la generación de lazos de confianza entre las estructuras locales y externas, mejorando con ello la capacidad de respuesta a las necesidades de desarrollo del territorio y la cohesión social entre los habitantes del municipio.

Chan (1994) concibe a los circuitos turísticos como la base de las visitas guiadas y de los paquetes o programas turísticos, además de enfocar su análisis hacia una perspectiva de comercialización y mercadotecnia en el que destaca a los circuitos como una fuente de creatividad e innovación capaz de permitir a los territorios rurales adaptarse a los movimientos y tendencias de consumo de la demanda, no obstante, es importante mencionar que, al conjugar los criterios establecidos en la legislación ambiental mexicana con las cosmovisiones de las poblaciones locales, se puede establecer que los circuitos turísticos pueden ser más que la base de los programas o paquetes turísticos de un territorio. Se pueden establecer como el eje de encadenamiento entre los habitantes locales y visitantes, generando con ello el desarrollo de sus actividades, lazos de confianza e intercambio de perspectivas sobre la importancia de preservar y aprovechar de manera local y sustentable los componentes ambientales, socioculturales, históricos y turísticos de los ambientes rurales.

Los habitantes locales están conscientes de la importancia de su ambiente y de los beneficios que estos les aportan para su desarrollo humano, económico y cultural, además, consideran de suma importancia que la difusión turística de su territorio debe ser ordenada para evitar los actuales problemas que se experimentan en algunos espacios del territorio. Ejemplo de ello son los procesos de degradación ambiental que se manifiestan en los ambientes que colindan con la Presa Iturbide, principal atractivo turístico del municipio y el lugar donde se realizan actividades de pesca, senderismo, paseo a caballo o en lancha, tirolesa y degustaciones gastronómicas con productos locales.

Desafortunadamente la mala difusión, la poca experiencia de los habitantes en cuestiones turísticas y la escasa conciencia socioambiental de los visitantes, ha traído consigo problemas ambientales como pérdida de especies vegetales, fenómeno que se intensifica durante las festividades decembrinas, ya que muchas de las especies extraídas de manera ilegal por los visitantes y comerciantes de municipios colindantes, son utilizadas para la confección de artesanías y adornos navideños (árbol de navidad y nacimientos), actividades que impactan de manera directa los entornos locales del municipio y aceleran los procesos erosivos del suelo, alteran los ciclos hidrológicos y contribuyen al cambio climático local.

Lo expuesto anteriormente es parte de los procesos de degradación ambiental que se pudieron identificar durante el trabajo de campo y el desarrollo de talleres participativos. Estas actividades permitieron a los participantes establecer que cualquier actividad turística mal planeada puede generar impactos y riesgos negativos a los componentes biofísicos y socioculturales del territorio. En este sentido se espera que los circuitos turísticos sean una estrategia viable para mejorar las condiciones de los ambientes locales, favorecer la continuidad de los procesos ecológicos, fomentar la valoración ambiental del territorio, conservar el patrimonio sociocultural, transitar hacia la sustentabilidad y promover el desarrollo humano.

Se tiene conciencia que el desarrollo de actividades turísticas planeadas puede traer consigo impactos negativos sobre el territorio como: contaminación ambiental, pérdida de biodiversidad, cambios de ocupación de uso del suelo y pérdida de identidad local. Por estas situaciones se recomienda que, antes de iniciar la instrumentación de los circuitos turísticos, se realice un programa de sensibilización ambiental y sociocultural entre los habitantes del municipio, con el propósito de promover acciones que fomenten el cuidado del ambiente, la valorización de la cultura local y garantizar el funcionamiento próspero de los territorios rurales en México.

Bibliografía

- Arriola, A.
2003. *La técnica de crear circuitos turísticos*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Bertrand et al.
1987. "Juazeiro-Petronia; un pole maricher au coer du Sertao", en Rivière, H. (coord.), *Portaits de Bahia*. Paris: Eds, de la Maison des Sciences de l'Homme. Paris, Francia.
- Brunhes
1920. *Geographie Humaine de la France*, Vol. 2: *Geographie Politique Et Geographie Du Travail*.
- Chan, N.
1994. *Circuitos turísticos. Programación y cotización*. Argentina: Ediciones turísticas. Argentina.
- Ceballos, L.
2010. *Desarrollo local y sustentabilidad. La percepción de los ejidatarios sobre el manejo forestal en el ejido Atemajac*. Universidad de Guadalajara.
- CEPANAF. Comisión Estatal de Parques Estatales y de la Fauna
2016. *Programa de Conservación del Parque Otomí-Mexica del Estado de México*. Gobierno del Estado de México.
- CONEVAL. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
2012. *Medición de pobreza. Indicadores de pobreza por municipio 2010*. Disponible en: <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/Medici%C3%B3n/Medición-de-la-pobreza-municipal-2010.aspx>
- Cooney, P.
2007. *Das décadas de neoliberalismo em México: resultados y desafios*. Pará, Brasil: Centro Socioeconômico. Departamento de Economia. Universidade Federal do Pará. Brasil.
- FIDA. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.
2010. *El enfoque adaptativo del FIDA relativo a la cartografía participativa*. Roma, Italia.
- García, E.
1990. *Climas de México*, 1: 4000 000. IV.4.10 (A). Atlas Nacional de México. Vol. II. Instituto de Geografía, UNAM. México.
- García, R.
2006. *Sistemas Complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Barcelona, España. Ed. Gedisa.
- Garduño, M., Guzmán, C. y Zizumbo, L.
2009. Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*. Núm. 17. UAEMex. Estado de México.
- Geilfus, F.
2002. *80 herramientas para el desarrollo participativo*. IICA. San José, Costa Rica.
- INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
2015. *Encuesta Intercensal 2015*. Disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/intercensal/>
- INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
2015. *Continuo de Elevación Mexicano (CEM), versión, 3.0*. México. En internet, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/datosrelieve/continental/Descarga.aspx>
- INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
2016. *Guía para la interpretación de cartografía uso del suelo y vegetación. Escala 1:250 000. Serie VI*. México.
- Korstanje, F.
2008. *Planeación participativa: herramientas para el desarrollo local en comunidades rurales*. Estudios agrarios. Procuraduría agraria.
- LGEEPA-ANP.
2014. *Reglamento de la ley general del equilibrio ecológico y la protección al ambiente en materia de áreas naturales protegidas*. Cámara de diputados del H. Congreso de la unión. México.
- Morales, J. y Rocha, J.
2006. *Sustentabilidad rural y desarrollo local en el sur de Jalisco*. Tlaquepaque: iteso.
- OMT. Organización Mundial de Turismo.
2015. *Conceptos fundamentales del turismo*. Perú.

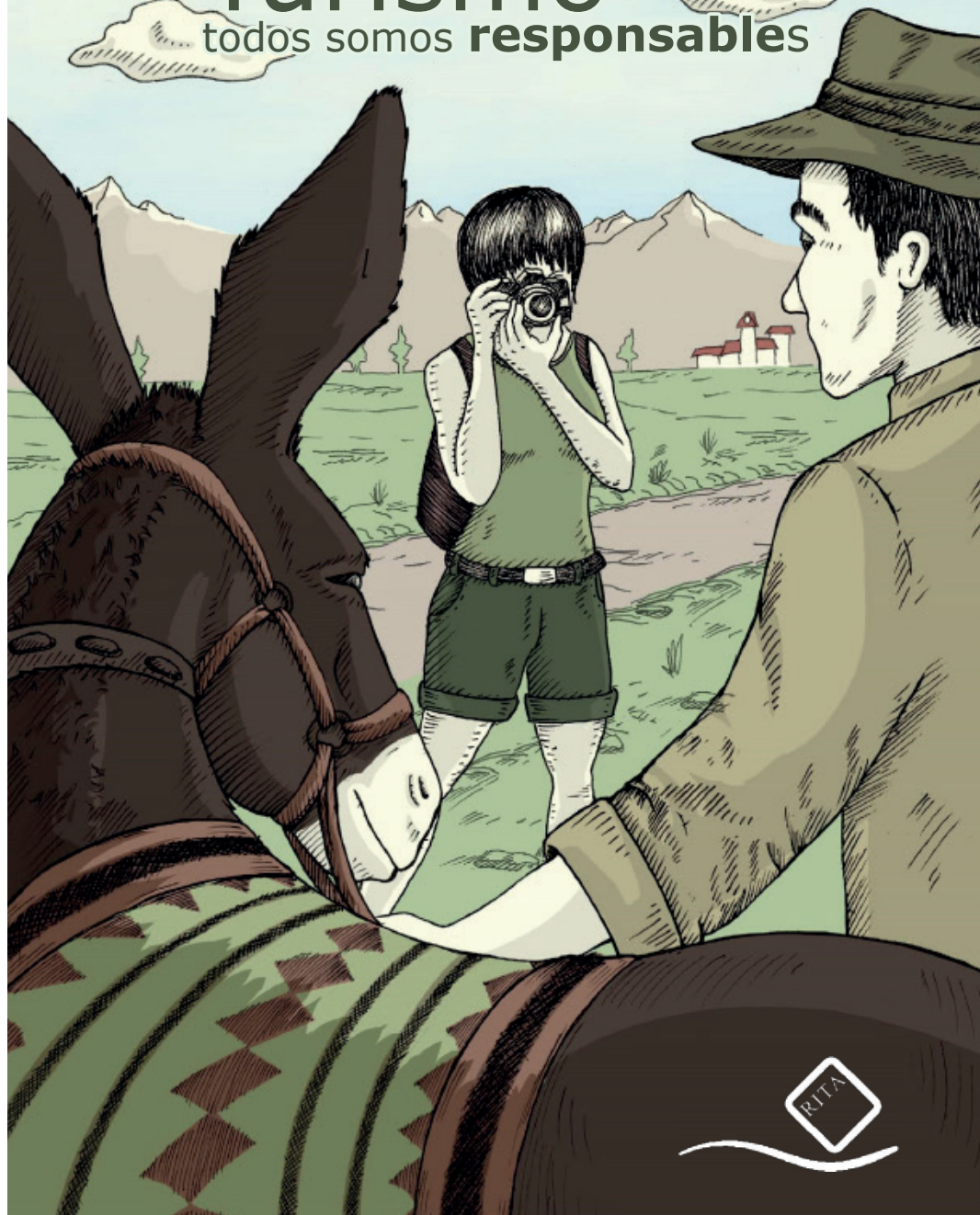
- Pérez, S.
2010. *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. Agronomía Colombiana, Vol. 3. Colombia.
- Ratzel, F.
1914. *Geografía dell'Uomo (Antropogeografía)*. Torino: Fratelli Bocca Editori. Torino.
- Rodríguez, I. 2002. El efecto de las TIC en la organización de la acción colectiva: la virtualización de los movimientos sociales.
- Rofman, A. y A. Villar
2006. *Desarrollo local. Una revisión crítica del debate*. 1a. ed. Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial. SEDESOL. Secretaría de Desarrollo Social.
2013. Unidad de Microrregiones. México, D.F. SECTUR. Secretaria de Turismo.
2014. *Manual de Senderos Interpretativos*. México, D.F. Szmulewicz, P.
- s/f. *Perspectivas del Turismo Rural*. Universidad Austral de Chile. Chile.
- Thomé, H.
2008. Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia*. 15 (47): 237-26. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.
- Troitiño, M.
2000. *Territorio y desarrollo local*. J. Cardona Andujar. "Formación y empresa. Ejes del Desarrollo Integral de las Comarcas". Toledo, España: uned/Talavera.
- Varisco, C.
2015. *Turismo Rural: actores y recursos turísticos*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.
- Vidal, P.
1917. *La France de l'Ést (Lorraine-Alsace)*. Présentation d'Yves Lacoste, Paris, La Découverte. Pp. 287.
- Wolfe, A.
1989. *Whose keeper*. California: University of California Press, Berkeley, California.

Notas

- ¹ Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.
- ² Registro Agrario Nacional.
- ³ En la columna 7 aparecen dos casillas con valor x, esto se debe a que dentro del recorrido del circuito Laguna Seca y Cerro la Catedral no existe infraestructura o servicios turísticos.

Recibido: 17/09/2018
Reenviado: 09/12/2018
Aceptado: 06/04/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos

En
Turismo
todos somos **responsables**



RITA

Apropriação territorial e o fenómeno da patrimonialização: o caso de Belém-Lisboa

Rafael H. Teixeira-da-Silva*

Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil)

Resumo: Em grandes linhas, podemos dizer que o património diz respeito ao modo como uma sociedade se apropria do passado. Na contemporaneidade, este tende a ser visto, através da sua utilização, como um recurso cultural, político e económico. É, neste contexto, marcado pelo ímpeto em preservar as marcas do passado, com sentido e significado para diferentes comunidades, que se desenvolve a presente investigação. Esta busca, precisamente, examinar as formas como o processo de patrimonialização tem contribuído para a produção do espaço e a sua apropriação pela população, conferindo-lhe um sentido de lugar. O desenvolvimento desta problemática realiza-se mediante um caso de estudo - a freguesia de Santa Maria de Belém (Lisboa), dotada de um importante conjunto arquitetónico. Nesse sentido, foi realizada uma investigação de cariz etnográfico, com recurso a métodos de pesquisa qualitativos. Através da pesquisa realizada foi possível apreender os espaços mais significativos na vida de bairro dos entrevistados, que buscam manter os seus costumes e práticas tradicionais, ao mesmo tempo em que novos hábitos e vivências são criados pelos processos de patrimonialização e turistificação do lugar.

Palavras-chave: Belém; Património Cultural; Patrimonialização; Apropriação Territorial.

Territorial appropriation and the heritagization phenomenon: the case of Belém-Lisbon.

Abstract: Broadly speaking, we may say that heritage relates to the way a society appropriates the past. In contemporary times, heritage has the propensity to be seen through its use as a cultural, political and economic resource. It is in this context, marked by the urge to preserve the marks of the past with meaning and significance for different communities, that the present investigation is developed. This essay seeks to examine the ways in which the heritagization process contributes to the production of space and its appropriation by the population, giving it a sense of place. For the development of this work, the chosen area of study was the neighborhood of Santa Maria de Belém-Lisbon. In order to examine how the phenomenon of heritagization reflects itself in the appropriations of Belém, an ethnographic-oriented research was conducted, using qualitative research methods. In this sense, the research is based on semi-structured interviews and participant observation. Through the survey, it was possible to identify the most significant spaces in the neighborhood life of respondents who seek to maintain their traditional customs and practices, while new habits and experiences have been created by the heritagization processes and the touristification of the place.

Keywords: Belém; Cultural Heritage; Heritagization; Territorial Appropriation.

1. Introdução

Independente de ser celebrado ou repudiado, o passado é onipresente. As memórias, os artefatos, as edificações e os lugares, impregnam a experiência humana. Enquanto os traços pessoais imbuídos nestes elementos vão sucumbindo ao tempo, os aspectos coletivos dos mesmos mantêm-se infundáveis. Cada dia mais, os elementos do passado são deliberadamente chamados à memória. A contemporaneidade é marcada pela vontade e pelo ímpeto em preservar, sobretudo, devido ao rápido desenvolvimento e às vertiginosas mudanças que marcam as sociedades atuais e acabam por abalar seu legado cultural

* Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil); E-mail: rafahts@hotmail.com

(Lowenthal, 1985). Atualmente, além do fato de contribuir para as identidades culturais e para o bem-estar social, o próprio ato de preservar se tornou um dos principais modos de apreciar o passado. É neste contexto, que o patrimônio cultural apresenta-se como o uso contemporâneo do passado, no qual o mesmo é construído e definido pelas circunstâncias atuais (Graham *et al.*, 2000).

O que já foi um passado dileitante apresenta-se, atualmente, como uma interminável e implacável cruzada pelo patrimônio, fato que tem consequências imediatas na apropriação do território urbano. Somada à tendência pela adoção de uma abordagem padronizada sobre o patrimônio – patrimonialização – encontra-se neste entrelaçar, o tema central do presente trabalho. É rigorosamente, nas articulações entre as apropriações do território urbano e o processo de patrimonialização, que o artigo será compreendido. Nesse sentido, para a realização do estudo de caso da pesquisa foi escolhida a Freguesia de Santa Maria de Belém-Lisboa, por ser uma área que possui um rico patrimônio arquitetônico e um grande fluxo de pessoas, que são atraídas por este patrimônio, o que leva a uma relação dialética de ressignificação territorial, paisagística e simbólica.

Fundamentalmente delimitado como um lugar de memória, para o melhor conhecimento das características encontradas em Belém, realizou-se visitas exploratórias pela freguesia e, ainda, algumas leituras consideradas essenciais para a apreensão da área. A partir desta aproximação, foi possível tomar como ponto de partida a forma como a patrimonialização contribui para a produção e apropriação de Belém. Tendo este fio condutor como princípio, será questionado, essencialmente, o que é o processo de patrimonialização e quais são as formas de apropriação criadas pelos habitantes locais, face a este fenómeno.

No sentido de desenvolver a presente pesquisa, o processo de patrimonialização será salientado como um fator fundamental na produção de Belém. A investigação será baseada em uma metodologia qualitativa, que permite um conjunto de vantagens, no que concerne à compreensão aprofundada sobre os hábitos e a vida cotidiana dos habitantes locais – fato essencial para a apreensão dos espaços mais significativos na vida de bairro dos inquiridos. Deve ser lembrado que a utilização de métodos qualitativos, neste caso, de entrevistas semiestruturadas e observação participante, não visa ser representativa, mas sim ser uma importante ferramenta na compreensão da forma como as pessoas vivenciam e dão sentido às suas vidas.

2. Conceções do patrimônio cultural e o processo de patrimonialização

Na lexicografia portuguesa, a designação “patrimônio” começa a ser aplicada e vinculada aos valores do legado cultural somente no último quartel do século XIX (Custódio, 2010:96). Neste âmbito, a palavra patrimônio foi inicialmente definida na língua portuguesa como herança paterna e bens familiares. Posteriormente passou a ser referenciada como o conjunto de bens culturais ou naturais de valor reconhecido por determinada localidade, região, país ou para a humanidade, que ao ser inventariado e registrado, deve ser preservado para o usufruto de todos os cidadãos. É interessante ressaltar que algumas obras¹ fazem menção à Lista de Patrimônio Mundial da UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) e à ideia de posse coletiva sobre o patrimônio como parte do exercício da cidadania.

Ao utilizar esta definição do conceito de patrimônio como ponto de partida, é importante assinalar uma grande lacuna deixada em branco, ao passar da simples ideia de herança e bens familiares para a noção de posse coletiva, exercício da cidadania e Patrimônio Mundial.

Como demonstrado pelo emérito professor e pesquisador em Geografia, David Lowenthal (1998, p. 3-4), *patrimoine* (em francês), *patrimony* ou *heritage* (em inglês), expandiu sua definição de simples bens herdados do passado, e passou a abranger heranças deixadas por antepassados e legados culturais em geral. Lowenthal (1998) sugere que devido a esses fatores – e também por acreditar que ao se realçar tradições de comunidades específicas, faz com que aumente a autoestima e o sentimento de identidade destas comunidades –, a utilização de elementos do passado varia em cada sociedade.

Nesse sentido, Brito Henriques (2003:195) utiliza alguns adjetivos para expressar de forma mais categórica os elementos envolvidos na fundamentação do conceito de patrimônio. O autor faz a distinção entre patrimônio familiar, patrimônio genético, patrimônio natural, e patrimônio cultural (bens materiais ou imateriais, de uma sociedade ou grupo, herdado de gerações prévias e transmitido às gerações vindouras, relacionados à identificação dos indivíduos com sua comunidade). Sendo que, neste último, reside o nosso maior interesse, pelo fato do patrimônio histórico-arquitetônico – nosso foco no presente trabalho – ser parte constituinte do patrimônio cultural.

Além de D. Lowenthal e E. Brito Henriques, outros autores que demonstram algumas preocupações da Geografia com o patrimônio são Graham, Ashworth e Tunbridge (2000). Tais investigadores se interessaram pelas formas como o passado é lembrado e representado, tanto no âmbito oficial quanto no popular, e os efeitos geográficos que estes fatos têm no presente. Graham *et al.* (2000) acreditam

que o fenômeno patrimonial é intrinsecamente espacial e que sua classificação como domínio dotado de significado atesta o mesmo como um campo de conflito social. Deve-se ressaltar que os autores exteriorizam o patrimônio como um bem cultural e econômico, que acaba por multiplicar seu uso e consumo, originando em alguns casos conflitos entre diferentes grupos e seus interesses.

Para que seja possível exercer uma reflexão a respeito do tema, é imprescindível fazer menção ao trabalho desenvolvido pela historiadora das teorias e formas urbanas e arquitetônicas Françoise Choay (2001), em sua obra *A Alegoria do Patrimônio*. Neste livro a autora referência a procedência essencialmente associada às estruturas familiares, econômicas e jurídicas do patrimônio, mas vai muito além destes componentes.

Desde seu advento, o tema vem passando por inúmeras mudanças constantemente influenciadas pelos ideais de cada época. Pode-se afirmar que “[...] não há coincidência entre o entendimento acerca do que é patrimônio, por parte de um humanista do século XVI, [...] por um iluminista do Século das Luzes, de um romântico oitocentista ou de um de nossos contemporâneos”, sendo que “[...] cada época reflecte parte de si própria, na forma como perspectiva e cuida do seu patrimônio” (Mendes, 2009:10). Corolário ao pensamento exposto, Ashworth (1994) identifica um deslocamento patrimonial na contemporaneidade, que passa então a ser orientado pelo mercado. Tal afirmação se baseia na seleção contemporânea de produtos de acordo com a demanda dos consumidores, sendo que, neste contexto, o patrimônio se apresenta como “[...] a contemporary commodity purposefully created to satisfy contemporary consumption” (Ashworth 1994: 16).

O movimento para a criação de um patrimônio mundial foi promovido pelas Nações Unidas através da UNESCO, no cenário pós Segunda Guerra de manutenção da segurança internacional. A UNESCO, em conjunto com sua subsidiária ICOMOS (*International Council of Monuments and Sites*), produziu códigos de práticas ideais e organizou uma gama de ações baseadas no estabelecimento de um conjunto de leis internacionais sobre as propriedades culturais. Dada a conjuntura apresentada, difundiu-se a presunção da necessidade de existência de um patrimônio mundial como propriedade coletiva de todos os povos.

As ações que visam à construção de um patrimônio mundial desenvolvidas por organizações internacionais estão alicerçadas basicamente em três conjuntos de elementos. O primeiro argumento é baseado na ideia de que, desde seus primórdios, a produção do patrimônio foi significativamente influenciada por movimentos culturais e questões estéticas que estavam muito além das fronteiras políticas. Em segundo lugar, houve nas últimas décadas uma considerável propagação da preocupação global sobre o resguardo do patrimônio. Por fim, o movimento de maior expressão, no que diz respeito à demanda por um patrimônio mundial, parte da perspectiva dos consumidores que frequentam monumentos, museus, sítios e cidades históricas, e exercem a reivindicação pelo acesso global de forma ativa sobre este patrimônio. Algumas questões retiradas da reivindicação por um patrimônio mundial são: se há realmente a propriedade comum sobre a atividade artística humana voltada para o enriquecimento pessoal, então todos deveriam contribuir para seu amparo e proteção; e, sobretudo, como falar em um patrimônio mundial se o mesmo continua subordinado à soberania dos governos nacionais e às estratégias de gestão local (Graham *et al.*, 2000).

Deste modo, considera-se que a patrimonialização, ou *heritagization*, está pautada na adoção de abordagens, ditas exemplares, impulsionadas pelo intercâmbio de filosofias e técnicas utilizadas nas chamadas “melhores práticas”, que já obtiveram sucesso outrora (Graham *et al.*, 2000:237). Ao utilizar um padrão que tenha obtido êxito em outros lugares, os riscos assumidos seriam reduzidos. O emprego destas práticas por corporações que são responsáveis pelo desenvolvimento de projetos de intervenção patrimonial, acaba por incentivar a seleção homogênea de materiais, mobiliário urbano e sinalização, produzindo um estilo internacional do patrimônio.

Esta é a questão chave sobre o assunto, pois é o ponto de convergência das diferentes teorias sobre a patrimonialização. A partir da verticalização – que seria a ligação de pontos separados e distantes no espaço, conectados por processos sociais que garantem a atuação global da sociedade e da economia (Santos, 1994:16; 2006:192) – das relações sociais e dos lugares, ocorre o processo de patrimonialização dos bens culturais, que passam a conter características e tendências de apropriações globais.

O que deve ser levado em consideração é que houve uma padronização das formas e da abordagem patrimonial, resultando numa homogeneização dos lugares e uma redução da diversidade local. Isso deve-se sobretudo: 1) ao intercâmbio e padronização das práticas profissionais relacionadas com o patrimônio (arquitetos, construtores, planejadores); 2) à influência de instituições internacionais, que tendem a minimizar os riscos ao repetir modelos que já obtiveram sucesso em outros lugares; 3) à criação de um catálogo patrimonial de mobiliário urbano; 4) à mercantilização da história, da cultura e dos costumes locais, que acaba por adaptar tais atributos, modificando comportamentos e estilos de vida (Graham *et al.*, 2000). Revelados os elementos essenciais do processo de patrimonialização, é fundamental, como ressalta Luchiari (2005), voltar a atenção ao conteúdo que refuncionaliza e atribui de novos valores o patrimônio, buscando a compreensão dos distintos usos deste patrimônio e das práticas que produzem territorialidades excludentes.

3. Caracterização de Belém

A Freguesia de Santa Maria de Belém (Figura 1), localizada na faixa ocidental da cidade de Lisboa, nasceu do sítio do Restelo. A freguesia possui uma área de 2102 km², e de acordo com o último recenseamento realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2011, tinha à data 8.546 residentes e 1.999 edifícios.

Com base no estudo realizado por Aquilino Machado (2006), foi possível estabelecer quatro momentos relevantes no processo de produção de Belém: 1) A gênese do local e o período quinhentista; 2) O pós-terremoto de 1755; 3) A Exposição do Mundo Português (1940); e, 4) A intitulação do patrimônio mundial e o processo de patrimonialização.

É neste contexto que, no início da década de 1980, emerge a dinamização da área e, em 1983, os monumentos do Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém são inseridos na lista de patrimônio mundial da UNESCO². A área protegida fica localizada na freguesia de Santa Maria de Belém, concelho de Lisboa, e possui uma extensão de 103 ha.

Figura 1: Freguesia de Santa Maria de Belém



Fonte: http://www.jfelem.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=84&Itemid=108.

4. Discussão dos Resultados

O estudo empírico aplicado ao presente trabalho foi realizado na Freguesia de Santa Maria de Belém durante os meses de abril e maio de 2013. Foram executadas 30 entrevistas com residentes locais. O método utilizado para recrutar os entrevistados foi o “*snowball*”³. Com o objetivo de compor um grupo de entrevistados de forma integrada, foram inquiridos 15 mulheres (50%) e 15 homens (50%), com idade igual ou superior a 21 anos, com o objetivo principal de abranger uma faixa etária ampla, mas mantendo o foco naqueles que possuam uma opinião formada sobre os assuntos tratados.

Considerando, em primeira instância, que as entrevistas semiestruturadas não visam ser representativas, mas sim um instrumento na compreensão aprofundada sobre a forma como as pessoas vivenciam o bairro, que o roteiro de entrevista foi estruturado em cinco seções. De modo geral, as perguntas abarcam os motivos pelos quais as pessoas moram em Belém, a forma como estas se apropriam do espaço, quais são suas vivências dentro do bairro, se possuem redes de amizades, qual o grau de apego com o sítio e como percebem o patrimônio e o turismo na freguesia.

Com o intuito de compreender, em um primeiro plano, o grau de enraizamento dos residentes de Belém com o local em si, questionou-se nas entrevistas semiestruturadas o período que os inquiridos residem na freguesia. Essa questão permitiu identificar que treze entrevistados sempre viveram em Belém, ou mudaram-se para a área nos primeiros anos de vida. Entre os restantes inquiridos que vieram de outras áreas, destaca-se um grupo de sete pessoas que se mudou por motivos familiares (relativamente por motivo matrimonial e pelo fato de outros integrantes da família residirem na área) e outros sete devido a trabalho ou estudo, e por fim três inquiridos que relacionaram a mudança com a tranquilidade e as condições de habitação no bairro.

É interessante ressaltar que todos os inquiridos mencionaram gostar de viver em Belém. O alto grau de satisfação dos residentes, muitas vezes, está relacionado ao forte enraizamento emocional com o lugar, advindo do longo período de residência no local que se reflete no contentamento unânime revelado. Mesmo entre o total de pessoas que vieram de outras localidades (17) é comum a justificativa da mudança estar relacionada com a vontade e o desejo de residir neste sítio.

Adoro! É o melhor sítio do mundo para se viver. [...] Há o rio, o sol e a natureza.⁴

Gosto muito. Decidi morar em Belém mesmo por escolha, não foi porque calhou.⁵

Os moradores, quando indagados sobre os motivos que mais lhes agradam em Belém, tendem a vincular os seus sentimentos e impressões com alguns aspectos e características do lugar. Tal envolvimento, individual e coletivo, nos permite compreender o contexto social no qual estão inseridos e o processo de identificação que os mesmos mantêm com o sítio.

Tendo em conta, como foi mencionado anteriormente, que o sentido de lugar é natural – a busca por um lugar o qual pertencemos é algo da natureza humana e mesmo sugerido como um instinto territorial –, construído por estruturas de poder e faz parte das construções de identidade (Rose, 1995), almejou-se apreender as dinâmicas no enlace entre identidade e sentido de lugar, para compreender o processo de apropriação decorrente em Belém. Reitera-se aqui o argumento a favor da estratificação múltipla de sentimentos de pertença híbridos, expressos nas palavras a seguir:

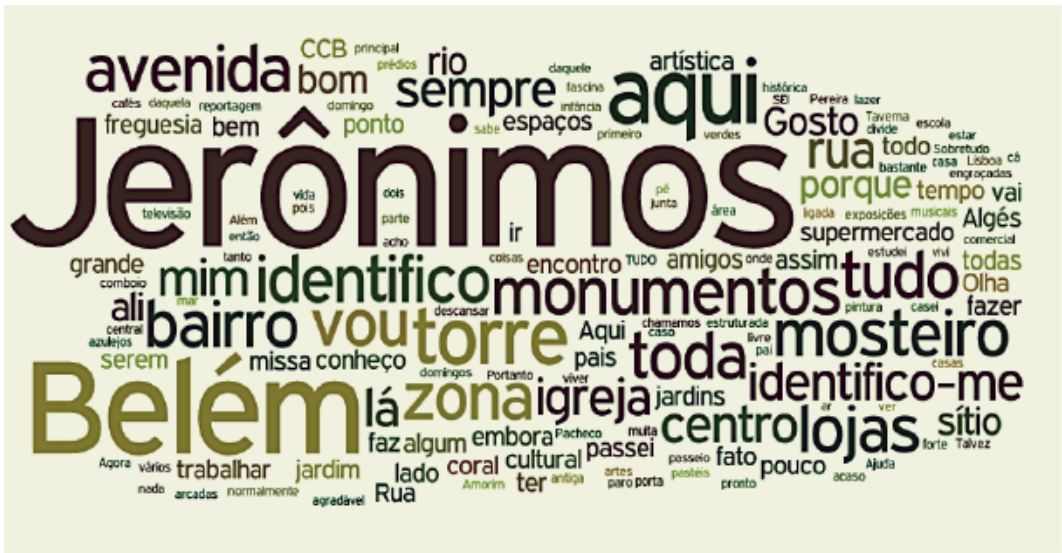
No meu caso eu identifico-me com tudo. Olha, tem a parte cultural, artística. Todos estes monumentos têm uma carga artística e histórica muito forte, então, eu como estudei artes e pintura identifico-me com isto. Tem esta igreja (dos Jerônimos) monumental. Também me identifico com isto, com a fé. Mais os espaços de lazer, pois gosto de fazer desporto, também me identifico com isto. Portanto, tem aqui tudo. Espaços verdes, de certa forma uma paisagem bonita, pois temos aqui o rio, podemos ver a torre de Belém e o Cristo Rei lá no alto. A torre de Belém é belíssima ali no rio, então é um espaço que tem tudo. Cultural, religioso, paisagístico, desportivo e de lazer, portanto, identifico-me com tudo.⁶

É possível visualizar neste trecho o dinamismo do sentido de lugar espelhado na paisagem patrimonial de Belém. O patrimônio de Belém está repleto de múltiplos significados e sentidos, o que impede de compreender o mesmo como uma representação hegemônica de uma ideologia. O Mosteiro dos Jerônimos, como será contemplado ao longo desta parte, é reconhecido pelos moradores como um sítio histórico e religioso, mas também como um espaço cultural e, mais importante, como o lugar que faz parte da

vida dos autóctones. É o sítio no qual frequentam as cerimônias religiosas, no qual foram crismados, casaram e principalmente onde se encontram com familiares e amigos.

Desse modo, foram representados (Figura 2) os elementos, características e lugares com que os habitantes mais se identificam. Como pode ser visto, pois o número de vezes que a palavra foi mencionada é contemplado pela sua dimensão na figura, O Mosteiro dos Jerônimos aparece como o elemento de maior identificação na freguesia. Dos trinta entrevistados, treze mencionaram identificar-se com o Mosteiro dos Jerônimos. Além do Mosteiro, o discurso dos entrevistados enfatizou um universo heterogêneo de elementos que compreendem a Torre de Belém, o bairro de Belém, o conjunto de monumentos, a “rua das lojas”, os espaços culturais e de lazer, as áreas verdes e o rio Tejo.

Figura 2: Representação dos elementos com que os habitantes de Belém mais se identificam.



Fonte: Elaborado pelo autor

Concordamos com Lobo de Carvalho (2009, p. 164) ao acentuar o Mosteiro como um dos exemplares mais importantes do aglomerado patrimonial e turístico da cidade de Lisboa. Entretanto, pondera-se que ao contrário do que Lobo de Carvalho (2009) sustenta, a área de influência do Mosteiro dos Jerônimos vai além do que seria a “Zona Monumental de Belém”, pois o mesmo não representa somente um sítio de oferta cultural e turística, como também é o lugar onde as pessoas que vivem na freguesia fazem suas vidas. Devido ao fato do Mosteiro dos Jerônimos ser um sítio de altíssimo valor arquitetônico e cultural, de acontecimentos históricos relevantes, onde ilustres personagens do país marcaram presença, tais fatos levam a integração do edifício na identidade dos habitantes locais. Assim, ao admitir que existam duas formas de organizar as lembranças, ora agrupadas em torno de uma pessoa (memória individual), ora distribuídas no interior de uma sociedade (memória coletiva), as duas ao se cruzarem transformam uma parte do lugar à sua imagem (Halbwachs, 1990). Simultaneamente, este conjunto de memórias se articula e atua nas construções simbólicas que se mantêm entre os habitantes locais e o lugar.

No sentido de confirmar a alegação de que o processo de identificação das pessoas com estes lugares de memória (Nora, 1993) é baseado na presença de características únicas apresentadas por estes, fica nítido na situação abaixo que o modo como os indivíduos se definem é representado por certas qualidades do lugar com que se identificam. Apesar dos indivíduos dispensarem uma atenção desigual aos aspectos materiais de Belém, cada característica, cada particularidade deste lugar, possui um sentido que é inteligível somente para os habitantes locais:

Identifico-me muito com esta avenida grande que vai até Algés. Está a ver essa avenida grande que faz assim e depois continua, vai até Algés. Porque são duas, esta aqui a princípio é a Avenida das Descobertas e a outra que continua é a Vasco da Gama. Depois a outra que continua é a rua que vivem os meus pais. Por isso, mal chego cá acima já sinto que eu estou em casa. E eu estudei neste liceu, estudei no colégio em frente, por isso sinto que é a minha zona.⁷

Identifico-me talvez com a Avenida da Torre de Belém, porque embora não seja a avenida principal do comércio é uma avenida central no bairro. O que divide um pouco os vários lados do bairro. Até porque lá é o supermercado, e o supermercado é sempre o centro do bairro, de qualquer bairro.⁸

É interessante ressaltar que neste último relato (entrevistado n° 26), constata-se uma importante evidência da patrimonialização na produção de Belém. O traço da Avenida da Torre de Belém (Figura 3), elaborado durante o Estado Novo, teve precisamente a finalidade de concentrar o foco na Torre de Belém, fato que permeia as lembranças e mesmo a construção de identidade de alguns habitantes, como é o caso deste entrevistado. Ao explorar a forma como o entrevistado n° 26 compreende e expressa, com eloquência, a centralidade que o supermercado possui na freguesia, evidencia-se como este lugar é significativo na vida de bairro e no cruzamento entre as diferentes camadas sociais do bairro.

Ao voltar a atenção para as relações que conferem uma ligação entre indivíduos e lugares, o patrimônio possui um papel crucial na concepção dos sentimentos de pertença, que ocorrem por meio da inserção de memórias coletivas no território. Como ficou constatado nas entrevistas e durante a observação participante, a memória coletiva e o patrimônio possuem grande importância na construção simbólica de Belém, e, por conseguinte, nos sentimentos de pertença dos residentes. Tais características passam a fazer parte das práticas do dia-a-dia dos moradores, pois são incorporadas pelas pessoas com quem compartilham tempos e espaços cotidianos. No enlace entre as pessoas – e as suas memórias – e o patrimônio localizado em Belém, os habitantes deixam suas marcas no sítio, mas o percurso contrário também se efetua.

Figura 3: Avenida da Torre de Belém.



Fonte: Arquivo do autor.

Contudo, apesar do reconhecimento de tais sentimentos e identidade urbana, Belém é um espaço em constante mudança por ser produto de processos sociais, culturais e políticos. Ao abarcar uma esfera concreta e uma esfera simbólica, as espacialidades sociais inseridas em Belém são aqui concebidas no âmbito de suas complexas interações. Portanto, considera-se que a parte histórica de Belém e suas formas são componentes ativas no processo de refuncionalização territorial gerada pela patrimonialização.

É incontestável que o grande fluxo de turistas na zona de Belém traz inúmeros benefícios econômicos, especialmente no contexto de crise econômica em que o país se encontra. Entretanto, seria importante que os benefícios diretos e indiretos gerados pela receita turística – restritos aos setores de comércio e restauração, e aos monumentos – não se traduzam apenas em benefícios econômicos, mas também em melhoria das condições de vida em Belém. Porém, como é perceptível no discurso de alguns moradores, a grande demanda da oferta turística levou à supressão de algum comércio mais orientado para as necessidades dos habitantes:

Antigamente havia muito comércio, era mais diversificado com muitas mercearias, vivendas e de artigos pessoais e para casa. Depois derrubaram tudo para construir restaurantes, cafés e vendas de artigos turísticos. Olha, não há mercearias, não há supermercados. Só há farmácia. Temos muitas pastelarias, temos muitos restaurantes. Isto é uma zona turística. Quer dizer, nós aqui num sítio tão bonito e não temos muita coisa (necessária para o cotidiano). Eu sinto falta, como moradora.⁹

Segundo a opinião dos moradores, encontram-se três conjuntos de obstáculos na vivência de locais específicos dentro da freguesia, como o exemplo do Jardim Botânico Tropical, citado por alguns entrevistados. Um relacionado com a privação da entrada a um espaço público ao qual dispunham previamente de livre acesso. Já o segundo, está associado ao constrangimento e à perturbação que o volumoso fluxo turístico tem sobre o lugar. Há ainda um terceiro conjunto de obstáculos à apropriação dos moradores, que está vinculado à realização de atividades e eventos que muitas vezes são voltados para a população que não reside em Belém. Com base na observação participante, foi possível verificar que durante a realização de eventos e cerimônias a população de Belém tem sua circulação prejudicada.

Como constatado ao longo do texto, Belém é um sítio que vem sendo transformado pelas verticalidades (Santos, 1994; 2006) que se repercutem em reformulações arquitetônicas e nas práticas sociais. Fato que acarreta a produção de novas territorialidades descomprometidas com a área e com as populações locais. As territorialidades excludentes são estendidas para alguns espaços da freguesia, de modo que, a investigação demonstra que, muitas vezes, a constituição das redes sociais estão relacionadas com a classe social, a faixa etária e as origens culturais dos entrevistados.

No entanto, acredita-se que mesmo com os obstáculos encontrados no dia-a-dia, os habitantes de Belém não se desligaram totalmente das suas redes de amizades e dos lugares significativos para a construção de suas identidades. Nesse sentido, a análise visou superar os termos superficiais encontrados na dicotomia entre “lugar turístico” vs. “aldeia dentro da cidade”¹⁰. Mesmo com o grande desenvolvimento turístico e cultural, os belenenses continuam, por meio de suas práticas espaciais, a utilizar e a atribuir significados ao lugar. Contra todas as previsões, alguns espaços de Belém continuam a ser apropriados e reivindicados por um pequeno número de pessoas, por meio da manutenção ativa de atividades e costumes tradicionais da zona.

Eu pelo menos, quando passeio e ando, consigo imaginar todos os costumes desde o início até agora. Inclusive há coisas que ainda não se perderam. É preciso escavar muito para se encontrar, mas que ainda existem. Como o lado ‘pescatório’ que toda esta zona tem. Hoje em dia está muito mais associado à pesca desportiva, mas há quem ainda viva da pesca porque eu conheço algumas destas pessoas que partem de manhã no seu barquinho e vão à pesca. Voltam com peixe, vendem o peixe, cozinham o peixe, comem o peixe, por ai fora. E o lado mais artesanal, que está provavelmente ligado ao comércio, com as pequenas feiras que existem mensalmente. Não sei se é no primeiro domingo ou no segundo domingo do mês. Mas há este lado artesão, porque se vende muita coisa, muito artesanato.¹¹

Já com relação a outro tipo de atividade realizada no Mosteiro dos Jerônimos, destaca-se, em particular, o discurso de um entrevistado sobre a apropriação da zona mencionada, notavelmente, por transgredir os “usos habituais” deste sítio. Ao serem realizadas peças de teatro com estudantes da freguesia nos claustros do Mosteiro, são abertas novas perspectivas sobre o mesmo. Representada por uma ação educativa, de exploração física, que ultrapassa os limites convencionais deste sítio, esta nova ótica incorporada pelos estudantes contribui para a configuração da identidade cultural dos mesmos.

Eu faço todos os anos, sazonalmente, de novembro a abril, do início de novembro a final de abril, teatro para crianças, para escolas nos Jerônimos, nos claustros dos Jerônimos. De fato daí que talvez venha minha afronta com os turistas porque para trabalhar tenho que passar por um mar deles (turistas). Eu entro mesmo dentro dos Jerônimos e faço teatro dentro do edifício antigo. Tem muito a ver com Gil Vicente, tem muito a ver com o que Gil Vicente representou para o teatro, com o que representou para os Jerônimos. Tem uma participação ativa na parte dos monumentos, na parte histórica, está diretamente ligada a mim. Não só faço teatro nos Jerônimos, como faço teatro “Vicentino”, que é de uma determinada época, estamos a falar de século XVI, num espaço onde o próprio autor desempenhou algumas encenações e alguns espetáculos naquele próprio edifício, para Reis. Fez aquilo para a Rainha D. Leonor, fez vários “Autos” e como trabalho neste espaço e como trabalho na área educacional, acabo por ser um professor, digamos, lúdico na disciplina de português. Porque o “Auto da Barca do Inferno”, que é a peça que faço, faz parte da matéria dada no 9º ano.¹²

A respeito dos espaços considerados mais significativos na vivência de bairro dos entrevistados, para além das respostas que já eram esperadas – que compreendem os diversos jardins da freguesia, a área do Mosteiro dos Jerônimos, a Torre de Belém e o Centro Cultural de Belém – um outro sítio sublinhado recorrentemente é a Rua Duarte Pacheco Pereira. Conhecida pelos moradores como a ‘Rua das Lojas’, esta via pode ser considerada o centro comercial, gastronômico, de lazer e de serviços, no qual a grande maioria da população faz sua vida de bairro.

Tendo em vista que as territorialidades referem-se à produção e reprodução de parcelas espaciais, que não se restringem a centralizar o convívio, mas também acentuam e intensificam suas delimitações (Soja, 1989), tais práticas vão sendo tecidas no entrelaçar dos itinerários percorridos por espaços específicos, como é o caso da “Rua das Lojas”. Talvez pelo fato desta via estar localizada no interior do bairro e não ficar muito exposta aos *outsiders*¹³, este espaço é o que melhor exemplifica a apropriação simbólica consumada pelos habitantes de Belém. Devido aos laços de identidades sociais aqui construídos, verifica-se o fortalecimento dos sentimentos de pertença dos locais, que reivindicam e desfrutam desta zona nos seus usos cotidianos.

O mesmo princípio aplicado à “Rua das Lojas” deve ser referido quando analisamos a realização da “Festa dos Vizinhos”. Este acontecimento é uma reunião informal dos moradores de Belém, organizado de modo conjunto entre os próprios habitantes do bairro e a Junta de Freguesia de Santa Maria de Belém, que possui o intuito de agregar as pessoas que residem na área. Embora tenham encontrado algumas dificuldades em angariar fundos para a realização dos eventos mais recentes, identifica-se o empenho para a preparação da festa por parte de alguns moradores, e ainda uma grande vontade em participar, por parte de outros.

4. Considerações Finais

A partir do estudo realizado, algumas considerações finais devem ser elaboradas sobre as principais ideias expressas na presente pesquisa. A investigação destinou-se a apresentar a temática da patrimonialização como uma análise coerente centrada em Belém. Nesse sentido, o patrimônio foi evidenciado como o uso contemporâneo do passado, construído e delimitado pela atual conjuntura. Como afirmado anteriormente, este trabalho não teve como objetivo obter resultados conclusivos ou representativos, mas sim buscar compreender importantes questões sobre aspectos relevantes ligados ao processo de patrimonialização, à forma como este intervém na produção do espaço urbano e influencia a apropriação do espaço em Belém.

Entre os principais impactos que o fenômeno da patrimonialização exerce na produção de Belém, é imperativo a menção às transformações no que concerne a composição do comércio local, a modernização urbana de algumas áreas da freguesia, o cuidado estético com sítios turísticos, e mesmo a realização de atividades e eventos que, muitas vezes, não são voltados para a população local. Constata-se que, com a inserção de novas práticas espaciais em Belém, houve certa tendência de destracionalização da área. A interrupção de um desenvolvimento natural do bairro e a redefinição de vocações tradicionais, são fatores de influência excepcional no itinerário percorrido por este espaço. Tais fatores são retratados nos sentidos de lugar e nas apropriações dos habitantes de Belém.

Devido ao fato de Belém ser inerentemente um lugar de memória, a importância deste enquanto núcleo de sentimentos pessoais é reforçada pelo desenvolvimento de laços afetivos, ou seja, dos sentimentos de pertença dos habitantes locais em relação ao território. Os resultados adquiridos a partir da análise

empírica evidenciaram que o elo que alguns moradores possuem com o lugar é devidamente complexo, e que o património permanece como um componente crítico na construção das identidades. O valor dos significados que estes habitantes atribuem a cada local é estabelecido por meio dos espaços vividos no bairro.

Desse modo, buscou-se compreender como os habitantes tornam próprio e adaptam o lugar, levando em consideração que a apropriação não pode ser entendida independentemente dos ritmos e do tempo de vida. Por estes motivos, as apropriações dos habitantes de Belém foram apreendidas em três níveis. Primeiramente foram identificadas apropriações pretéritas, em segundo lugar, observou-se a presença de territorialidades excludentes e de algumas barreiras à utilização de alguns sítios. Por último, foram classificadas as apropriações efetivas que estão relacionadas tanto com atividades tradicionais, quanto com a criação de novas formas de utilizar o lugar.

Com base nestas ferramentas, ficou constatada a apropriação de vários espaços dentro da freguesia, onde os belenenses, por meio de suas práticas espaciais, continuam a utilizar e atribuir significados ao lugar. A população residente entrevistada, de modo geral, revela distintas formas de apropriação e persiste em reivindicar espaços que são parte de sua vida de bairro. Como foi demonstrado na parte empírica, a população de Belém continua a construir laços de identidade e a fortalecer os sentimentos de pertença com o local, como verificado nos casos da “Rua das Lojas” e da “Festa dos Vizinhos”.

Bibliografia

Ashworth, G.J

1994. “From History to Heritage - From Heritage to Identity: In search of concepts and models”. In: Ashworth, G.J & Larkham, P.J. (Eds.)(1994) – *Building a New Heritage: Tourism, Culture and Identity in the New Europe*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Brito Henriques, E.

2003. *Cultura e Território, das Políticas às Intervenções*. Estudo Geográfico do Património Histórico-arquitectónico e da sua Salvaguarda. Tese de Doutoramento em Geografia Humana, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Lisboa.

Choay, F.

2001. *A Alegoria do Património*. São Paulo: UNESP/Estação da Liberdade.

Custódio, J.

2010. A obra patrimonial da Primeira República (1910-1932). In: *100 Anos do Património. Memória e Identidade. Portugal 1910-2010*. Ed. IGESPAR – Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico. Lisboa: IGESPAR, 85-104.

Graham, B., Ashworth, G.J., Tunbridge, J. E.

2000. *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*. London: Arnold.

Halbwachs, M.

1990. *A memória coletiva*. Trad. Laurent L. Schafter. São Paulo: Centauro.

Lobo de Carvalho, J.

2009. *Conservação do Património: Políticas de Sustentabilidade Económica*. Tese de Doutoramento apresentado ao Instituto Superior Técnico de Lisboa.

Lowenthal, D.

1985. *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lowenthal, D.

1998. *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Luchiari, M. T. D.

2005. A reinvenção do património arquitetónico no consumo das cidades. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, nº 17.

Machado, A.

2006. *Os espaços públicos da exposição do mundo português e da Expo 98*. Lisboa: Editora Parque Expo 98.

Mendes, J.A.

2009. *Estudos do Património. Museus e Educação*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Nora, P.

1993. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Trad. Yara Aun Khoury. *Projeto história: revista do programa de estudos pós-graduados em história e do departamento de história da PUC-SP*, São Paulo, n. 10, 7-28.

Rose, G.

1995. Place and Identity: A sense of place. In: D. Massey e P. Jess (Eds.), *A place in the world? Place, culture and globalization*. Oxford: Oxford University Press, 87-132.

Santos, M.

1994. O Retorno do Território. In: SANTOS, M. SOUZA, M. A. A. SILVEIRA, M. L. (org.) *Território, Globalização e Fragmentação*. São Paulo: HUCITEC.

Santos, M.

2006. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4ª Ed. São Paulo: Edusp.

Soja, E.

1989. *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. London: Verso.

Notas

- ¹ FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda (1910-1989). *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999: 1515; *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa*. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa/Editorial Verbo, 2001: 2784; Houaiss, Antônio (1915-1999) e Mauro Villar (1939-). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, 6 vol. Lisboa: Círculo de Leitores, 2002: 2786.
- ² Site da UNESCO: <http://en.unesco.org>
- ³ O método *snowball* é uma técnica utilizada por pesquisadores, através do qual os primeiros participantes da pesquisa indicam outros e, assim, sucessivamente, até que se alcance o número estipulado de entrevistados.
- ⁴ Entrevistado nº 30, 43 anos, Ator.
- ⁵ Entrevistada nº 18, 43 anos, Professora.
- ⁶ Entrevistado nº 8, 32 anos, Recepcionista do Mosteiro dos Jerónimos.
- ⁷ Entrevistada nº 11, 46 anos, Doméstica.
- ⁸ Entrevistado nº 26, 40 anos, Engenheiro.
- ⁹ Entrevistada nº 6, 66 anos, Proprietária de Ateliê de Costura.
- ¹⁰ Palavras recorrentes utilizadas pelos moradores entrevistados, para definir Belém
- ¹¹ Entrevistado nº 12, 66 anos, Reformado.
- ¹² Entrevistado nº 30, 43 anos, Ator.
- ¹³ Moradores de outras regiões de Lisboa e turistas, que não conhecem o bairro de Belém e, portanto, não tem uma forte ligação com a região.

Recibido: 25/07/2018
Reenviado: 08/02/2019
Aceptado: 08/02/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos



¿El turismo es cosa de pobres?

Patrimonio cultural, pueblos indígenas
y nuevas formas de turismo en
América Latina

Raúl H. Asensio
Beatriz Pérez Galán
(Eds.)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº8

IEP Instituto de Estudios Peruanos

Serie TURISMO, nº4

Turismo cultural e interpretação do patrimônio na cidade de Diamantina – Minas Gerais/Brasil

Luciana Aparecida Felicidade* Elcione Luciana Silva**

Universidade de Coimbra (Portugal)

Resumo: A cidade de Diamantina em Minas Gerais/Brasil teve o seu conjunto arquitetônico tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1938 e em 1999 recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO. Evidentemente, após este reconhecimento surgiram novos desafios advindos da relação entre patrimônio e turismo no sentido de cumprir com o objetivo do turismo cultural que é o de promover o encontro entre o turista e o patrimônio cultural. O objetivo desta pesquisa foi abordar a importância da interpretação do patrimônio, identificando quais são as estratégias existentes que facilitam a proximidade do turista com o patrimônio local, tendo como estudo de caso a cidade de Diamantina. Para tal, além de revisão bibliográfica sobre a relação turismo e patrimônio, realizou-se pesquisa de demanda turística para identificar o grau de satisfação do turista nos monumentos visitados. A pesquisa é de caráter quantitativa-descritiva com abordagem qualitativa.

Palavras-chave: Turismo cultural; interpretação do patrimônio; Diamantina/MG; patrimônio da Humanidade.

Cultural tourism and interpretation of heritage in the city of Diamantina-Minas Gerais/Brazil

Abstract: The city of Diamantina in Minas Gerais/Brazil had its architectural complex registered by the National Historical and Artistic Heritage Institute (IPHAN) in 1938 and in 1999 received the title of Cultural Heritage of Humanity by UNESCO. Evidently after this recognition new challenges arose from the relation between heritage and tourism in order to fulfill the objective of cultural tourism that is to promote the encounter between the tourist and the cultural heritage. The objective of this research was to address the importance of interpretation of heritage, identifying the existing strategies that facilitate the proximity of the tourist to the local heritage, taking as a case study the city of Diamantina. To this end, besides a bibliographical review on the relation between tourism and heritage, tourism demand research was carried out to identify the degree of tourist satisfaction in the monuments visited. The research is quantitative-descriptive with a qualitative approach.

Keywords: Tourism cultural; Interpretation of heritage; Diamantina/MG; Cultural heritage.

1. Introdução

Interpretação: uma palavra que nos faz viajar nos pensamentos quando é preciso olhar além do que está escrito ou exposto em algum lugar. Interpretar é uma forma bastante individual de captar mensagens que estão escondidas pelos símbolos. Ao considerarmos o campo patrimonial, a interpretação é uma ferramenta capaz de apresentar um mundo especial para as pessoas, por meio do planejamento aliado à sensibilidade, aproximando o visitante da história que é revelada pelo patrimônio preservado.

A interpretação patrimonial aliada ao turismo pode ser uma combinação promissora, tanto culturalmente quanto economicamente. O patrimônio não é apenas um produto da atividade turística exposto para os visitantes, mas um revelador de significados e de memórias que foram acumuladas com o passar do tempo. Através das técnicas adequadas a interpretação auxilia na qualidade do turismo cultural, agregando valor ao patrimônio e impulsionando a valorização e a preservação.

* Universidade de Coimbra (Portugal); E-mail: luciana-1515@hotmail.com

** Universidade de Coimbra (Portugal); E-mail: elcioneluciana@yahoo.com.br

Podemos perceber essa importante relação nos destinos turísticos reconhecidos como patrimônio nacional e internacional, que cada vez mais vem se preocupando com a qualidade da atividade turística e buscando investir em equipamentos e ações que permitam uma fruição mais prazerosa dos visitantes pelos monumentos e cidades.

A interpretação do patrimônio se torna uma ferramenta importante e necessária para valorizar a história que o lugar possui, auxiliando na identificação do significado dos pequenos detalhes existentes, que costumam passar despercebidos diante dos olhares de seus visitantes. Possibilita vincular fatos passados ao presente.

A cidade de Diamantina é detentora de um número significativo de monumentos históricos que são considerados um dos maiores motivadores para a visita turística. Instrumentos de gestão são essenciais para equilibrar e harmonizar a atividade turística, e a interpretação patrimonial se apresenta como um desses instrumentos e uma grande aliada das cidades históricas com potencialidades turísticas (Pires, 2006).

Apesar da riqueza cultural existente, e de ser Patrimônio Cultural da Humanidade, percebemos que em Diamantina, alguns dos recursos patrimoniais da cidade possuíam acervos limitados, falha na infraestrutura de atendimento, falta de sinalização interpretativa e poucas ações de comunicação que aproximasse o turista da história local. Elementos esses, que são importantes para o desenvolvimento do turismo cultural na cidade.

Portanto, esta pesquisa tem como objetivo estudar a importância da interpretação patrimonial como forma de valorização do patrimônio pelo turismo na cidade de Diamantina/MG, identificando ações de interpretação patrimonial, bem como os desafios e oportunidades existentes na cidade que permitam um melhor aproveitamento do patrimônio pelo turismo.

Para atingir o objetivo desta pesquisa foi realizada uma revisão bibliográfica em assuntos ligados aos temas de turismo cultural, patrimônio e técnicas de interpretação patrimonial. Daremos destaque aos conceitos e princípios da interpretação patrimonial estudada por Tilden, considerado o pai da interpretação do patrimônio (Bazán, 2014). Foi realizada ainda pesquisa de demanda turística com o intuito de compreender melhor a percepção dos turistas e visitantes aos elementos básicos para interpretação patrimonial em Diamantina. Esta pesquisa contou perguntas fechadas e abertas que buscaram compreender as expectativas, motivações, sugestões e críticas em relação ao monumento visitado. Foram aplicados entre 12/08/2016 a 28/09/2016, o total 154 questionários aos turistas, escolhidos de forma aleatória. Os questionários foram distribuídos da seguinte forma: 25 questionários em cada um dos seguintes monumentos (Casa de Chica, Instituto Casa da Glória, Museu do Diamante e Casa de Juscelino Kubistchek), onde havia um fluxo maior de visitação, e 18 questionários em cada desses monumentos (Igreja do Carmo, Bonfim e Rosário). A área da pesquisa limitou-se ao centro histórico de Diamantina, pelo conjunto de edificações históricas está mais restrito ao centro.

Trata-se de uma pesquisa quantitativa-descritiva que de acordo Dencker (1998) descreve fenômenos e estabelece relações entre variáveis. Utilizando de técnicas padronizadas para coleta de dados como os questionários que foram utilizados para pesquisa de campo. E também se enquadra como pesquisa qualitativa que controlada determinados elementos de concepções teóricas acerca do objeto de estudo, obtendo uma percepção aproximada da natureza dos fenômenos estudados (Dencker, 1998).

Os dados obtidos com a aplicação de questionários foram sistematizados e analisados por meio de tabelas e gráficos que serão apresentados nos próximos capítulos. Por meio desses dados foi possível propormos sugestões para melhoria nas ferramentas e técnicas da interpretação patrimonial como forma de contribuir com a qualidade da mensagem transmitida ao visitante.

1. Turismo cultural e interpretação do patrimônio

O patrimônio cultural representa os traços marcantes da identidade cultural de um povo e refletem o seu modo de vida e sua ligação com o passado construído coletivamente. Como afirma Choay (2006), o patrimônio cultural faz reviver no presente um passado, e mantém uma relação viva com a memória, com o tempo e o saber. Dependendo da forma como o patrimônio cultural é difundido (imagens, objetos, lugares, edificações, músicas, danças) constrói-se a memória histórica de um povo.

A atividade turística além de promover impulso econômico, pode contribuir ainda para valorização do patrimônio cultural. Ao conhecer novos lugares e outras culturas, vivenciando as experiências de um lugar, o turista pode adquirir novos conhecimentos, perceber seus elementos e símbolos singulares presente nos locais visitados.

Sobre as relações existentes entre o turismo cultural a interpretação patrimonial, Costa (2009) evidencia a importância da comunicação interpretativa adequada para que o turismo possa contribuir com o papel de intermediador entre o visitante e o patrimônio cultural. Para as autoras, no contexto do turismo, por meio da apreciação, da vivência e da experimentação direta de bens do patrimônio cultural, seja material e imaterial, e da mediação da comunicação interpretativa, é possível que os visitantes participem de um “processo ativo de construção de conhecimento sobre o patrimônio e sobre seu contexto histórico” (Costa, 2009, pág. 190)

Lugares com potencial cultural instigam a curiosidade de outras pessoas em querer conhecer manifestações culturais que não fazem parte de sua realidade. E, portanto, o patrimônio cultural torna-se um dos motivadores de deslocamentos de turistas que buscam o conhecimento e novas experiências.

Segundo Tomazzoni (2009), o turismo cultural ainda tem na sua essência, a virtude de fortalecer os valores de caráter cultural, representando e promovendo relações de aprendizagem entre as pessoas. Alinhado a interpretação patrimonial, o turismo pode também contribuir não somente para o desenvolvimento de uma localidade economicamente, mas pode permitir também um intercâmbio de experiências culturais e de conhecimento que contribuem para que as pessoas, tanto turistas como comunidade receptora, se sintam pertencentes a uma história e uma identidade.

Antes de falarmos sobre a importância da interpretação patrimonial para o turismo e para reconhecimento da identidade de um povo, torna-se necessário compreender melhor a relação entre o turismo e patrimônio.

Para Camargo (2004) tanto o turismo como patrimônio são característicos das sociedades industriais, que são elementos localizados e datados dos fins do século XVIII. Segundo o autor, o conceito do patrimônio surgiu juntamente com a Revolução Francesa e foi definido enquanto “patrimônio” em detrimento de razões práticas e ajustado à ideologia do Estado Nacional, para evitar o vandalismo que emergia na época e, portanto, as discussões ideológicas que envolviam a preservação de elementos representativos, contribuíram, mais tarde, para um maior empenho na preservação e valorização de bens culturais e naturais, não somente na França, mais em outros países. A partir daí, o turismo surge nessa relação com o patrimônio como atividade que acrescenta valor econômico ao bem e também contribui para a proteção do mesmo, por meio de uma maior aproximação da comunidade com a cultura e seu patrimônio preservado. Sendo a interpretação patrimonial uma aliada na promoção do sentimento de pertencimento da sociedade com o seu patrimônio cultural.

Educação e interpretação patrimonial são ferramentas voltadas para o patrimônio cultural que se apresentam como uma fonte importante de conhecimento individual e coletivo. No entanto há uma distinção fundamental entre elas.

De acordo com Tilden (1957), a interpretação patrimonial é uma arte que combina várias técnicas para explicar os temas apresentados (científico, natural, histórico, cultural, etc.), e também se apresenta como ciência, onde a informação adequada é primordial para instigar os sentidos dos visitantes.

Aprendemos a fazer uma leitura da nossa realidade cotidiana, quando consideramos ações que contribuam para uma maior reflexão sobre quem somos e qual é o nosso papel na sociedade. Nesse sentido, a interpretação também pode atuar como mediadora das comunidades locais para resgatar sua história e sua cultura por intermédio da educação patrimonial que é um alicerce para o desenvolvimento das técnicas de interpretação do patrimônio (Farias, 2002).

Cardozo e Melo (2015) corroboram com tal pensamento mencionando que a atividade turística, ao colocar frente a frente os turistas e a herança cultural na forma de patrimônio, propicia o intercâmbio cultural. Ao realizar uma ação educativa para o patrimônio, o que se faz é planejar metodologias e conteúdo para fazer com que aquele que ainda não conhece o patrimônio, venha se apropriar destas formas humanas de expressão, propagando conteúdos por um viés cultural, social e político, buscando a prática educacional em um patrimônio (Cardozo & Melo, 2015).

Cidades que possuem atributos culturais como potencial turístico, são lugares que se apresentam como um museu a céu aberto e são capazes de transportar o visitante para tempos remotos proporcionando experiências diferentes do qual está habituado. A interpretação do patrimônio se torna uma ferramenta importante e necessária para valorizar a história que o lugar possui, auxiliando na identificação do significado dos pequenos detalhes existentes, que costumam passar despercebidos diante dos olhares de seus visitantes.

Considerados os fundamentos teóricos e metodológicos da interpretação do patrimônio, como é conhecida atualmente, Bazán (2014), salienta que a essência da interpretação é revelar aos visitantes a beleza, maravilha, inspiração e significado, de forma que as experiências adquiridas ultrapassem a simples intenção de transmissão de informações.

Segundo Beorlegui (2016), temos a capacidade de visualizar diferentes situações, experimentar sonhos, desejos e ideias, gerando novas alternativas para atuar ante as circunstâncias, criando novos pensamentos e novas aprendizagens. Este autor ressalta ainda que quando visitamos algum lugar carregado de memória nos transportamos para outra dimensão e assim estimula nossa imaginação e curiosidade por coisas que nos rodeia e nos permite buscar respostas, dando lugar a formação de novos conhecimentos. Entretanto, ferramentas adequadas de transmissão desses conhecimentos se tornam importantes.

Nesse aspecto é interessante citar Costa (2009), que argumenta que as interpretações são formas de intervenções antecipadas, para preparar o patrimônio à prática do turismo cultural. Um bom planejamento interpretativo facilita a identificação de situações em que os turistas teriam possíveis dificuldades de compreensão, por exemplo: visitantes com necessidades especiais que necessitam de ações como; acessibilidade, placas em braile, ou no caso das crianças, e, portanto, as informações devem ser acessíveis e disponibilizadas adequadamente.

No próximo tópico, discutiremos como a interpretação pode contribuir para uma melhor experiência turística. Apresentaremos ainda os resultados obtidos da pesquisa de demanda e que contribuíram para compreender melhor a importância das ferramentas de interpretação patrimonial para a valorização do patrimônio e sua preservação, tendo como estudo de caso, a cidade de Diamantina em Minas Gerais/Brasil que foi reconhecida como Patrimônio Cultural da Humanidade em 1999 pela (UNESCO).

2. Estudo da satisfação do turista nos monumentos: possibilidades de ações de interpretação do patrimônio em diamantina

A cidade de Diamantina está localizada na mesorregião no Alto do Jequitinhonha, nordeste de Minas Gerais. Com quase três séculos de fundação, surgiu em decorrência da descoberta de diamantes e por este motivo atraiu a atenção mundial por ser uma das três principais áreas que produziram diamantes no mundo. Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1999) o fato de se destacar pela exploração do diamante e não do ouro, fez com que Diamantina fosse diferenciada do restante do Brasil, tendo outro regime político e administrativo, e que influenciou sua cultura, sua arquitetura e traçado urbano.

O conjunto arquitetônico da cidade e as tradições preservadas despertaram interesse do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) que em 16 de maio de 1938 realizou o seu tombamento, reconhecendo a importância que a cidade possuía para a formação da história do Brasil no período colonial.

Em 1999, a cidade de Diamantina foi enaltecida e colocada em um patamar considerável em nível de importância no âmbito do turismo com o título de patrimônio cultural da humanidade pela Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (UNESCO). Evidentemente um título tão significativo carrega consigo uma grande responsabilidade, e assim surgem novos desafios advindos da relação entre patrimônio e turismo no sentido de adequar a cidade para receber turistas e oferecer uma fruição turística de qualidade, por meio das ações e técnicas para interpretação patrimonial.

Com o intuito de compreender melhor a percepção e o nível de satisfação dos turistas em relação aos elementos básicos para interpretação patrimonial em Diamantina, foi realizada uma pesquisa de demanda aplicadas nos principais monumentos históricos da cidade e que se encontravam abertos à visitação turística: Casa de Chica, Casa da Glória, Museu do Diamante, Casa de Juscelino Kubistchek, Igreja do Carmo, Igreja do Bonfim e Igreja do Rosário. A amostra utilizada foi por conveniência, que segundo Gil (1999, p.104) “é o processo em que o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo”. Após análise dos dados obtidos com a aplicação do questionário obtivemos informações que contribuíram para a sugestão de melhorias das ferramentas de interpretação patrimonial nos monumento visitado, bem como conhecer melhor o perfil do público que visitava Diamantina.

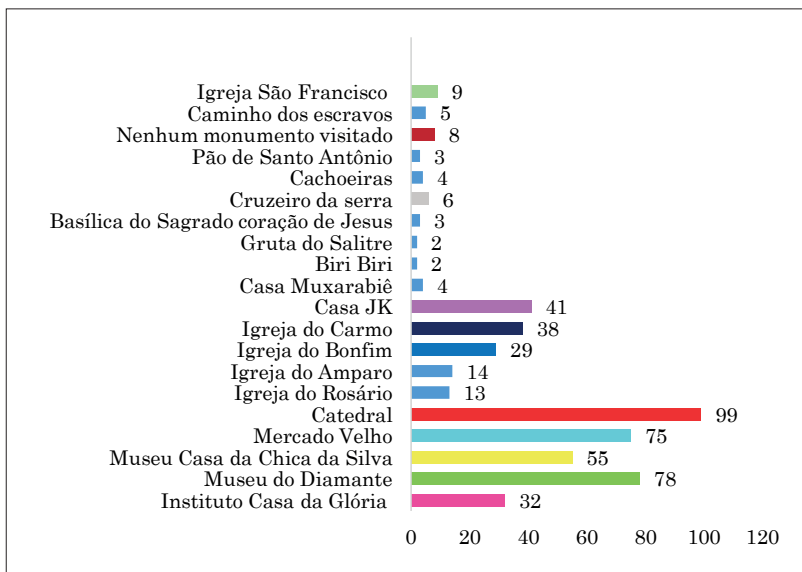
De acordo com a pesquisa 37% dos turistas possuía idade entre 41 e 50 anos, seguido de 25% que possuíam a idade entre 31 a 40 anos. Podemos supor que o público que mais frequenta Diamantina seja pessoas com mais experiência, que busca por novidades e conhecimento. Ao serem indagados sobre o nível de escolaridade, 88% dos entrevistados disseram possuir o superior completo. Portanto, percebemos que a maioria dos entrevistados possui um nível alto de instrução, sendo um público mais exigente quanto às informações disponibilizadas.

Quando questionados se sabiam que Diamantina era Patrimônio Cultural da Humanidade, cerca de 98% dos pesquisados disseram que “Sim”. O que indica que Diamantina tem sido divulgada adequadamente nos meios de comunicação, e que o título de patrimônio pode contribuir para a promoção dos deslocamentos à cidade. O que sinaliza o quanto é necessário uma melhor otimização dos recursos patrimoniais.

Quando questionados sobre o que os motivou a vir conhecer Diamantina, cerca de 34% dos entrevistados apontaram a cultura como fator motivacional, seguido por 21% dos entrevistados que disseram vir visitar parentes e amigos, 19% apontaram a arquitetura como motivação, 10% responderam que vieram motivados pelos eventos que aconteceriam na cidade. Houve um equilíbrio entre a motivação da cidade ser “patrimônio da humanidade” e a motivação “Trabalho”, no que somaram 10%. Percebe-se que a cultura novamente aparece como um fator motivacional da maioria dos entrevistados, que juntamente com arquitetura e personagens, apresenta um dado significativo de 56% dos entrevistados. E, portanto, reforça mais uma vez a necessidade de investir melhor na acessibilidade ao monumento e na qualidade das informações.

Sobre outros monumentos históricos visitados, a pesquisa revelou que 99 pessoas já haviam visitado a Catedral de Diamantina, que é um monumento de destaque e bem localizado, seguido por 78 respondentes que apontaram visita ao Museu do Diamante. O Mercado Velho obteve 75 dos respondentes, 55 pessoas disseram que havia visitado a Casa de Chica da Silva; 41 pessoas havia visitado a Casa JK e o Instituto Casa da Glória foi visitado por 32 turistas (GRÁFICO 01).

Gráfico 01: Turistas que visitaram outros monumentos históricos



Fonte: Elaboração da autora baseado nos dados obtidos em 2016

Um das ações essenciais e básicas em uma cidade que possui o turismo cultural como principal motivação, é o acesso ao monumento. O acesso é importante para que o turista volte satisfeito com o que visitou. Entretanto, apesar de esforços entre as instituições como Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio, o empresariado local, Conselho Municipal de Turismo, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, MITRA e Irmandades para abertura de mais monumentos religiosos de forma regular, isso ainda se apresenta como um desafio em Diamantina. Além da dificuldade em horários de abertura, muitos monumentos não possuem o acervo que o bem cultural necessita para se trabalhar a interpretação patrimonial, conforme autores como Tilden sugere, como por exemplo ir além de informar, estimulando outros sentidos.

De acordo com a tabela 01, podemos perceber o nível de satisfação do turista em relação à infraestrutura na Casa da Glória. A maioria das ações interpretativas teve avaliação ‘ótimo’ e ‘bom’ como os mais citados.

Tabela 1: Avaliação da infraestrutura no Museu Casa da Glória

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	16	9				
Qualidade no atendimento aos visitantes	14	11				
Sinalização turística indicativa	12	6	5	2		
Sinalização turística interpretativa	15	10				
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	14	11				
Segurança	17	8				
Limpeza	17	8				
Acessibilidade	14	8	3			
Conservação dos monumentos	16	9				
Horário de funcionamento do monumento	15	10				
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	15	10				
Informações sobre o monumento (impresso)						25
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural do monumento	14	11				
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização)	16	9				
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	14	11				

A insatisfação desses visitantes volta-se à falta sinalização indicativa no monumento. Os turistas elogiaram a visita e a acolhida no lugar. Ao iniciar a visita é possível assistir um vídeo de apresentação da Casa da Glória, o que é importante para se inteirar do que o lugar representa e a sua história. Entretanto, alguns visitantes sugeriram a presença de um guia local para mais informações, apesar do monumento contar com o auxílio da placa autoguiada. Alguns dos turistas gostaram do acervo e outros já sentiram falta de um acervo mais completo, pois segundo eles, o museu tem poucas informações sobre a Casa da Glória e mais informação sobre assuntos ligado à geologia.

Em relação à casa de Juscelino Kubistchek, a maioria dos entrevistados apontou um nível considerável de satisfação, conforme Tabela 02.

Tabela 2: Avaliação da infraestrutura na casa de Juscelino Kubistchek

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	17	8				
Qualidade no atendimento aos visitantes	12	12	1			
Sinalização turística indicativa	12	13				
Sinalização turística interpretativa	19	6				
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	15	10				
Segurança	21	4				
Limpeza	20	5				
Acessibilidade	11	7	7			
Conservação dos monumentos	23	2				
Horário de funcionamento do monumento	13	5	7			
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	19	6				
Informações disponibilizadas sobre o monumento (impresso)	14	11				
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural do monumento	21	4				
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)	17	7	1			
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	18	7				

Turistas mais exigentes sentiram a necessidade de ter um guia para acompanhar a visita. O museu possui funcionários para recepcionar os visitantes, mas, os mesmos não desempenham a função de guiar a visita, portanto o visitante fica livre para explorar o museu.

Dos entrevistados, apenas 07, não ficaram satisfeitos com o horário de abertura, pois gostariam que o local abrisse no domingo à tarde. E em relação à acessibilidade houve associação com a localização do museu, que fica em uma subida bastante íngreme, e segundo os entrevistados dificultam o acesso à casa.

Os recursos utilizados nas informações foram bem avaliados pelos turistas, entretanto 08 dos entrevistados mencionaram a necessidade de interação com o visitante, como áudios, documentários e mencionaram que o museu tinha poucas informações em língua estrangeira. A Casa de JK obteve boa avaliação, foi elogiada a receptividade, o acervo, hospitalidade. Além disso, os visitantes citaram o bar e café localizado no porão do museu, como um lugar aconchegante, onde se podem tomar um café e comprar livros, CD, ouvir música.

A casa Chica da Silva foi o monumento com maior número de críticas e insatisfação do turista, 19 dos entrevistados apontaram como “bom” a receptividade, somente 01 como “ótimo” e 05 pessoas como regular. A receptividade no museu é simples, tem uma pessoa para receber e a única informação que o turista recebe é que precisa apenas assinar um livro, mas não é sempre que tem pessoas para recepcionar. Essas 05 pessoas que responderam como regular, foram as que encontraram a recepção sem ninguém para recebê-las.

Tabela 3: Avaliação da infraestrutura na Casa de Chica da Silva

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	1	19	5			
Qualidade no atendimento aos visitantes		11	12	2		
Sinalização turística indicativa		6	13	6		
Sinalização turística interpretativa		5	16	4		
Acesso às informações turísticas sobre o monumento		3	20	2		
Segurança	18	7				
Limpeza	22	3				
Acessibilidade	10	14	1			
Conservação dos monumentos	22	3				
Horário de funcionamento do monumento		3	7	12	3	
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)		2	18	5		
Informações sobre o monumento (impresso)						25
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural	5	5	11	4		
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)		5	13	5	2	
Satisfação e expectativas com as informações	2	2	13	8		

A qualidade no atendimento também não agradou, pois a maioria dos visitantes sentiu falta de um guia para acompanhá-los durante a visita, já que a casa tem poucas informações. Em relação à sinalização turística indicativa, a maioria dos visitantes avaliou de forma insatisfatória, pela falta de sinalização na cidade e também dentro do monumento. A sinalização interpretativa não foi bem avaliada. A casa não apresenta um acervo e nem recursos que proporcionem uma interatividade com o visitante. Somente 06 pessoas avaliaram como “bom”, pois havia uma exposição sobre Chica da Silva de uma artista local. Percebe-se o quanto ações simples já podem mudar a percepção do turista.

Outros quesitos tiveram avaliação baixa, como as informações oferecidas sobre o bem cultural e sobre o acervo artístico, que se apresentam bastante restrito. As informações disponibilizadas sobre o monumento (impresso) é um recurso que não é disponibilizado pelo monumento. Sobre o acervo artístico, histórico e cultural do monumento segundo os visitantes, deveria ter um acervo mais completo, mas a beleza da arquitetura chamou atenção dos visitantes.

Já no Museu do Diamante, podemos perceber, de acordo com a tabela 04, que este monumento foi bem avaliado pela maioria dos turistas. Houve uma insatisfação maior dos visitantes em relação à sinalização indicativa, já que o museu passa despercebido diante dos olhares das pessoas, pela falta de uma sinalização que chame a atenção do público.

Tabela 4: Avaliação da Infraestrutura no Museu do Diamante

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	6	18	1			
Qualidade no atendimento aos visitantes	6	17	2			
Sinalização turística indicativa	4	4	5	12		
Sinalização turística interpretativa	5	16	4			
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	5	13	7			
Segurança	20	5				
Limpeza	20	5				
Acessibilidade	4	8	13			
Conservação dos monumentos	22	3				
Horário de funcionamento do monumento	16	9				
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	8	14	3			
Informações sobre o monumento (impresso)						25
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural	12	8	5			
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)	13	8	4			
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	5	17	3			

A sinalização turística interpretativa foi bem avaliada pelos visitantes, o museu tem placas explicativas na maioria das peças. O acesso às informações turísticas sobre o monumento também foi bem avaliado. A segurança e a limpeza tiveram uma excelente avaliação. A acessibilidade foi um quesito que teve críticas pela falta de rampas de acesso, apesar de ser um problema que abrange todo centro histórico. Sobre as informações oferecidas concernentes ao bem cultural, a maioria dos visitantes avaliou com 'bom', mas alguns turistas sentiram falta de mais informações sobre a atividade garimpeira na cidade, pois o nome do museu cria essa expectativa. O museu não disponibiliza informações impressas para os visitantes.

A maioria avaliou como 'bom' o acervo artístico, histórico e cultural do monumento, mas houve críticas em relação ao museu ter pouco acervo sobre a mineração na cidade. Os recursos utilizados nas informações para aproximar o visitante à história foi avaliado como 'ótimo' por 13 entrevistados. O museu possui guias para acompanhar a visita e isso auxilia o visitante a compreender melhor a história da cidade. Mas alguns dos turistas disseram sentir falta de mais interatividade com o visitante e da utilização de recursos mais modernos.

Em relação aos monumentos religiosos, pudemos fazer uma observação geral de todas as variáveis relacionadas à infraestrutura, acervo, atendimento. No caso da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, podemos notar, tabela 05, uma insatisfação dos visitantes.

Tabela 5: Avaliação infraestrutura na igreja do Carmo

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	1	3	11	3		
Qualidade no atendimento aos visitantes	1	3	9	5		
Sinalização turística indicativa	1	4	8	5		
Sinalização turística interpretativa	1	4	10	3		
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	1	3	10	4		
Segurança	2	15	1			
Limpeza	1	16	1			
Acessibilidade	1	13	4			
Conservação dos monumentos	1	15	2			
Horário de funcionamento do monumento	1	7	7	3		
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	1	4	11	2		
Informações sobre o monumento (impresso)						18
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural	11	7				
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)	1	3	11	3		
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	1	5	11	1		

A acolhida e receptividade no monumento foram avaliadas como ‘regular’ por 11 dos entrevistados. A igreja não possui guias para atendimento. Os atendentes da recepção se dividem em receber os visitantes e cuidar da igreja, como na limpeza, por exemplo.

A sinalização turística indicativa foi avaliada de forma insatisfatória pelos turistas, 09 pessoas disseram que era regular e 05 como “ruim”. O turista não percebe que a Igreja se encontra aberta à visitação e também pela falta de sinalização adequada que chame a atenção do público. A sinalização turística interpretativa obteve avaliação da maioria como ‘regular’ por 10 pessoas e ruim por 03. No monumento há poucas informações sobre a igreja e o acervo artístico. A segurança, limpeza e conservação do monumento foram bem avaliados pelos turistas que opinaram como ‘bom’.

As informações oferecidas sobre o bem cultural não foram suficientes de acordo com os turistas, 11 pessoas opinaram com “regular” e 03 como “ruim”. Quando questionadas sobre o acervo artístico, histórico do monumento, 11 pessoas avaliaram como ‘ótimo’. Os recursos utilizados nas informações foram avaliados de forma insatisfatória pela maioria dos pesquisados, 11 pessoas avaliaram com regular e 03 como “ruim”. No monumento não existe interatividade com o visitante e nem a presença de um guia para auxiliar a visita. Podemos perceber uma avaliação muito baixa do visitante em relação à visita.

Sobre a Igreja de Nosso Senhor do Bomfim, podemos perceber pela tabela 06, que os entrevistados de uma forma geral, avaliaram como ‘bom’ e ‘ótimo’ a infraestrutura da igreja.

Tabela 6: Avaliação da infraestrutura na Igreja de N.Sr do Bonfim

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	18					
Qualidade no atendimento aos visitantes	18					
Sinalização turística indicativa	7	1	9	1		
Sinalização turística interpretativa	7	4	7			
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	5	6	7			
Segurança	13	5				
Limpeza	14	4				
Acessibilidade	12	6				
Conservação dos monumentos	13	5				
Horário de funcionamento do monumento	11	5	2			
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	7	11				
Informações sobre o monumento (impresso)						18
Sobre o acervo artístico, histórico do monumento	12	6				
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)	11	7				
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	5	13				

Houve uma insatisfação de 09 pessoas com a sinalização indicativa. A sinalização interpretativa e o acesso às informações turísticas, tiveram avaliação 'regular' de acordo com 07 pessoas, a igreja possui apenas uma placa de acrílico na parte externa, onde conta um pouco sobre a história da igreja. Podemos perceber que a maioria dos visitantes avaliou positivamente a igreja. Esta Igreja possui guias de turismo capacitadas que recebem e auxiliam o visitante, e também contam com o auxílio de bolsistas de cursos distintos da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). Através de um projeto da Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários e Estudantis (PROACE), os bolsistas são responsáveis por auxiliar o turista no monumento. Porém, segundo os guias que trabalham no local, nem todos os bolsistas têm interesse na função, e isso é um lado negativo do projeto. Pois, se não há interesse, o objetivo da interpretação patrimonial que é de informar e instigar a curiosidade do turista, não será desenvolvido de forma adequada. Na igreja há pouca interatividade com o visitante e poucas informações sobre o monumento expostas.

Em relação à igreja do Rosário, a maioria dos entrevistados apontou um nível considerável de satisfação. Porém houve avaliações baixas com opinião de '13' pessoas, principalmente em relação à sinalização indicativa.

Tabela 7: Avaliação da infraestrutura na igreja do Rosário

Infraestrutura	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não possui
Acolhida e receptividade	15	3				
Qualidade no atendimento aos visitantes	16	2				
Sinalização turística indicativa	2	1	13	2		
Sinalização turística interpretativa	3	4	11			
Acesso às informações turísticas sobre o monumento	17	1				
Segurança	17	1				
Limpeza	16	2				
Acessibilidade	4	9	5			
Conservação dos monumentos	16	2				
Horário de funcionamento do monumento	14	3	1			
Informações oferecidas sobre o bem cultural (são suficientes e atraentes, aumentaram a curiosidade.)	14	3	1			
Informações disponibilizadas sobre o monumento (impresso)						18
Sobre o acervo artístico, histórico e cultural do monumento	8	10				
Recursos utilizados nas informações (multimídia, totem interativo, sinalização, etc)	12	6				
Satisfação e expectativas com as informações no monumento	13	5				

Mais uma vez aparecem os mesmos desafios apresentados na Igreja do Carmo e Bonfim. A porta principal da igreja não fica aberta, e como a igreja do Rosário se encontra localizada mais distante das outras, dificulta que o turista perceba que a Igreja esteja aberta a visitação. A sinalização interpretativa e o acesso às informações turísticas tiveram avaliação 'regular' de acordo com 11 pessoas. Um número significativo, o que indica que há uma carência do visitante em relação às informações expostas. Podemos perceber que a maioria dos visitantes avaliou de forma satisfatória da igreja. O monumento possui guias capacitadas que recepcionam e auxiliam o visitante, e também os bolsistas da UFVJM, assim como na Igreja do Bonfim. Na igreja há pouca interatividade com o visitante em termos de recursos que aproxime o turista com a história do lugar, e poucas informações expostas.

Podemos perceber por estes dados analisados, a necessidade de ações que possam se apresentar como possibilidades para interpretação, valorização do monumento e melhor aproveitamento do patrimônio pelo turismo. Tomando como base essas avaliações e observações realizadas, propomos nesta pesquisa algumas possibilidades de melhorias nas ferramentas e técnicas de interpretação do patrimônio para os monumentos históricos de Diamantina. Julga-se necessário salientar que, não se pretende aqui propor um plano interpretativo para Diamantina, mas, sim propor algumas estratégias que seriam viáveis para valorizar e otimizar as visitas nos monumentos históricos.

Uma cidade que é alicerçada na história como é o caso de Diamantina, a interpretação seria uma ferramenta bastante viável para uma melhor otimização dos recursos patrimoniais. E iria contemplar tanto turistas que poderiam fazer uma melhor leitura da cidade e também os moradores locais despertando o interesse e o sentimento de pertencimento.

Porém, é necessário um planejamento que oriente as ações futuras contemplando o bem-estar de todos, fazendo com que determinado local esteja apto para receber turistas, propiciando-lhes experiências de qualidade. É importante que esse planejamento seja direcionado para ações dentro de um contexto histórico.

Nesse aspecto é imprescindível citar os seis princípios básicos que norteiam o esquema interpretativo de (TILDEN, 1957) em destacar que devemos:

- 1) Sempre focalizar os sentidos dos visitantes, de forma a estabelecer a conscientização pessoal sobre determinadas características do ambiente.
- 2) Revelar sentidos com base nas informações e não apenas informar
- 3) Utilizar muitas artes visuais e de animação, seja o material apresentado científico histórico ou arquitetônico.
- 4) Não apenas instruir, mas provocar, estimulando a curiosidade do visitante, encorajando a exploração mais aprofundada do que está sendo interpretado.
- 5) Apresentar a história completa, em vez de parte desta; dirigir-se a pessoa inteira.
- 6) Ser acessível a um público o mais amplo possível, levando em consideração necessidades especiais.

Tendo em vista a evolução da interpretação desde a época de Tilden (1957) em que esses princípios foram criados, GOODEY e MURTA (2002) corroboram com o autor e ainda acrescentam os seguintes princípios interpretativos:

- 1) Iniciar a interpretação em parceria com a comunidade, estimulando a troca de conhecimentos e recursos.
- 2) Adotar uma abordagem abrangente, ligando os temas do passado, do presente e do futuro, realçando a dimensão socioeconômica, ao lado das dimensões histórica, ecológica e arquitetônica.
- 3) Não tentar vender uma verdade universal, mas destacar a diversidade e a pluralidade culturais. Sua interpretação deve fomentar a aceitação e a tolerância como valores democráticos.
- 4) Levar sempre em consideração o atendimento ao cliente, indicando ou provendo instalações básicas, como sanitários, segurança, pontos de descanso e estacionamento, elementos essenciais a uma experiência prazerosa do lugar (GOODEY e MURTA, 2002, pág. 18)

São princípios que devem ser levados em consideração quando se pensa em implantar um plano interpretativo em um lugar. De acordo com Brochu e Merriman (2012), os objetivos da interpretação são vários, podem incluir o desenvolvimento de conexões emocionais e intelectuais ente os visitantes e os visitantes e os significados inerentes ao recurso patrimonial. Outro autor que ressalta a importância da interpretação, mas desta vez, como importante ferramenta de gestão turística é, Morales (2012). Segundo este autor, a interpretação patrimonial pode contribuir com as dinâmicas de rentabilidade e se tornar um importante instrumento capaz de apoiar a criação de políticas de intervenção e uso social do bem patrimonial. Já ao considerar o aproveitamento dos recursos patrimoniais pelo turismo, Téllez e García (2016) ressaltam que as técnicas e ferramentas da interpretação do patrimônio podem ainda, permitir que o território se torne mais competitivo e desenvolva melhores ações de promoção e exploração pelo turismo.

Na tabela 8, contém informações sobre os monumentos históricos que foram alvos da pesquisa. E com base nas informações obtidas com a pesquisa propomos algumas estratégias para uma melhor comunicação e aproximação entre o visitante e a história do local, através das técnicas de interpretação do patrimônio.

Tabela 8: Possibilidades interpretação patrimonial

Museu do Diamante	Breve histórico e uso pelo turismo
	<p>Atual Museu do Diamante. Construída no século XVIII, sua importância histórica deve-se ao fato de ter sido a residência do inconfidente padre José de Oliveira e Silva Rolim, natural do Arraial do Tijuco e um dos principais personagens da Inconfidência Mineira (1789) (IPHAN, 2017). É localizado no centro da cidade de Diamantina, é aberto ao público de terça-feira a sábado das 10:00 às 17:00 e aos domingos de 09:00 às 13:00. Possui visita guiada e não possui taxa de visitação</p>
<p>Fonte: Galeria do IPHAN</p>	
<p>POSSIBILIDADES</p>	
<p>1 - Diamantina tem uma forte ligação com o garimpo e o Museu do Diamante existente na cidade é um local que faz referência a atividade mineradora, mas o acervo é bastante limitado, apenas uma sala é sobre o ciclo do diamante. As técnicas de som, iluminação e imagens seriam uma de forma interessante de aguçar os sentidos do visitante e acrescentar uma experiência mais marcante, como por exemplo, uma apresentação audiovisual com referências de acontecimentos da época, atendendo ainda um público estrangeiro. Conforme Tilden (2006) é importante não apenas instruir, mas provocar, estimulando a curiosidade do visitante, encorajando a exploração mais aprofundada do que está sendo interpretado.</p> <p>2 - A recepção mais atrativa e convidativa, com o propósito de envolver o visitante com o lugar e convidá-lo para uma viagem no tempo. De acordo com Goodey (2002) é importante a criação de um mundo especial que valorize o patrimônio que está sendo exposto à visitação. Este mundo especial é a recordação que o visitante levará consigo em suas lembranças.</p> <p>3 - Elaboração de textos interpretativos com linguagem adequada para todos os públicos e que contenha informações sobre o lugar.</p> <p>4 - Sinalização indicativa bem planejada e que chame atenção do visitante para conhecer o museu.</p> <p>5 - A utilização de mapas interativos no museu, também seria uma forma de sintonizar o visitante sobre vários aspectos da cidade Diamantina e do seu entorno. Poderiam ser colocados em painéis simples ou eletrônicos. Seria essencial para uma leitura da cidade e aguçar a curiosidade dos turistas em conhecer melhor o município de Diamantina.</p> <p>6 - Informações em outros idiomas e em braille.</p>	
Casa de Juscelino Kubitschek	Breve histórico e usos pelo turismo
	<p>É um antigo casarão muito preservado, onde Juscelino morou. Museu é composto por dois casarões, separados por um pátio. Na primeira casa, há documentos antigos sobre a vida do ex-presidente do Brasil, ata de formatura do primário e certidão de óbito de seu pai, João César de Oliveira, além de vários painéis contando a história de JK (IPHAN, 2017). Possui uma área externa espaçosa, e ao fundo tem uma biblioteca e outros objetos. Possui uma cantina para receber os visitantes para um café e disponibilizam artesanatos, revistas e livros para compra. Aberto de terça à domingo de 09: às 17:00. Taxa de visitação no valor de R\$ 10,00</p>
<p>Fonte: A autora</p>	

POSSIBILIDADES

1.As placas explicativas e a sinalização são muito importantes para um local que é repleto de história. Percebe-se que no museu possui poucas informações em língua estrangeira, Diamantina é uma cidade com reconhecimento mundial, o que torna necessário um cuidado com a qualidade das informações que são oferecidas para os diversos turistas frequentadores da cidade.

Casa de Chica da Silva

Fonte: Galeria do IPHAN

Breve histórico e uso pelo turismo

Residência do contratador de diamantes João Fernandes de Oliveira, que nela viveu em companhia da lendária escrava liberta Chica da Silva, provavelmente entre os anos de 1763 e 1771 (IPHAN, 2017). Localizada no centro histórico de Diamantina, onde funciona a atual sede do escritório técnico do IPHAN. O monumento é aberto ao público de terça-feira a sábado de 12:00 às 17:30 e nos domingos e feriados de 08:30 a 12:00. Não possui visita guiada, o acervo é pequeno e não é cobrada taxa de visitação.

POSSIBILIDADES

- 1 - É importante aproximar o visitante da história do local, abordando melhor a história da Chica da Silva e sua influência em Diamantina, além da arquitetura da casa.
- 2 - Melhor recepção do turista na Casa da Chica da Silva.
- 3 - Recriar espaços e objetos de como seria a decoração, roupas, joias na casa de Chica da Silva.
- 4 - Utilização de placas e painéis interpretativos contendo informações que despertassem o interesse do público sobre a figura de Chica da Silva no meio social, cultural e político.
- 5 - Apresentar ao visitante o passado, de forma lúdica, através de teatros e saraus, retratando assuntos importantes da época.
- 6 - Placas Autoguiadas para que o visitante tenha mais autonomia.
- 7 - Utilização da tecnologia para auxiliar as visitas, como vídeos retratando os filmes sobre Chica, lendas.
- 8 - Placas interpretativas contendo informações sobre a arquitetura, a Capela de Chica, o Chafariz na área externa, quintal etc.
- 9 - Melhor aproveitamento da área externa que é bem ampla, (oficinas para turistas e comunidade local, divulgação dos trabalhos de artistas locais, como exposição de arte, artesanato, livros)
- 10 - Criar uma lojinha de *souvenirs* com produtos exclusivos de Chica da Silva (parceria com artistas locais) considerando os aspectos legais de comercialização.

Casa da Glória	Breve histórico e uso pelo turismo
 <p data-bbox="121 578 383 602">Fonte: Galeria do IPHAN</p>	<p data-bbox="721 194 1160 669">A casa da Glória está localizado em Diamantina (MG), possui um núcleo de pesquisa em uma casa histórica, tem sua sede principal em um conjunto de dois casarões, de rara beleza, situados em lados opostos da rua e interligados por um passadiço, conhecido como o “Passadiço da Glória” (IGC, 2017). Tem por objetivo principal dar suporte as atividades de ensino, pesquisa e extensão do Instituto de Geociências e de outras unidades da UFMG, além do resgate da memória, através de programas e projetos específicos, buscando sempre a cooperação e a parceria de órgãos e instituições públicas e privadas (IGC, 2017). O horário de funcionamento é de segunda-feira à domingo: 9:00h – 17:00h. Visita autoguiada e não possui taxa de visitação.</p>
<p data-bbox="121 682 329 706">POSSIBILIDADES</p>	
<p data-bbox="121 733 1160 757">1 - O Instituto Casa da Glória foi o único lugar que possui algumas ações de interpretação do patrimônio.</p> <p data-bbox="121 760 1160 882">2 - O museu possui recursos interpretativos para os visitantes, como audíofone, onde são relatados o cotidiano das internas naquela época. Uma estratégia interessante para aproximar o visitante da história. A casa utiliza princípios metodológicos que de acordo com Tilden (1957), é importante sempre focalizar os sentidos dos visitantes, de forma a estabelecer a conscientização pessoal sobre determinadas característica do ambiente.</p> <p data-bbox="121 886 1160 1033">3 - A casa possui um totem contendo informações sobre a história do monumento, o centro de Geologia Eschwege, pontos de interesse para a visitação e eventos que a acontecem no instituto. A casa também possui placa interpretativa autoguiada e no início da visita é apresentado ao visitante um vídeo contendo um breve histórico sobre a Casa da Glória e a sua função atualmente. Que de acordo com Goodey (2002) é importante para guiar o visitante, que vai precisar de um período de ajuste antes de começar a visita, a Casa da Glória oferece uma sala adequada para esses fins.</p> <p data-bbox="121 1037 1160 1084">3 - Possui ambiente agradável e recepção aconchegante, importante para receber o visitante de forma especial, a Casa da Glória apresenta uma entrada iluminada e com atendente simpática.</p> <p data-bbox="121 1088 1160 1188">4 - Poderia ser utilizado de mídias interativas no instituto de geociências, como slides com projeções para os visitantes conhecerem de uma forma mais dinâmica os tipos de rochas, curiosidades e todo o processo. Informações em outros idiomas além das que possuem no totem, e informações em braile, para contemplar a diversidade do público que visita o instituto.</p>	

Quanto aos monumentos religiosos, optamos por propor sugestões que de forma geral contribuam para melhorias nas técnicas e ferramentas de interpretação patrimonial, considerando que os três monumentos estudados, apresentaram as mesmas deficiências, conforme tabela 09.

Tabela 9: Possibilidades interpretação patrimonial nos monumentos religiosos

<p>Igreja de Nossa Senhora do Carmo</p>  <p>Fonte: Galeria do IPHAN</p>	<p>História e uso pelo turismo</p> <p>Uma das mais significativas da região, com uma arquitetura graciosa ao mesmo tempo imponente com a delicadeza e o vigor da decoração pictórica (IPHAN, 2017). É localizada no centro histórico de Diamantina, para visitar o monumento é cobrada uma taxa de R\$ 3,00 e não possui visita guiada, pois é a ordem que é responsável pela igreja. A Igreja é aberta na terça-feira, quarta, quinta e sábado no horário de 13:00 às 17:00 e não é permitido fotografar em seu interior.</p>
<p>Igreja do Rosário</p>  <p>Fonte: A autora</p>	<p>Breve histórico e uso pelo turismo</p> <p>Uma das mais antigas de Diamantina. Entre 1771 e 1772, os irmãos do Rosário contrataram o mestre Manuel Gonçalves para a construção da igreja. A pintura do arco-cruzeiro e do forro formam um conjunto extremamente harmônico, conseguido a partir da intervenção de José Soares de Araújo, autor da pintura e douramento dessas áreas (IPHAN, 2017). Localizada no centro histórico de Diamantina, é aberta ao público de terça-feira a sábado de 13:00 às 17:00 e nos domingos e feriados de 09:00 às 13:00. Possui visita guiada e taxa de visitação no valor de R\$ 5,00</p>
<p>Igreja do Bonfim</p>  <p>Foto: Galeria do IPHAN</p> <p>Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados obtidos de pesquisa de demanda turística</p>	<p>História e uso pelo turismo</p> <p>Edificação foi construída entre os séculos XVIII e XIX. Apesar de pequena, é uma das mais harmoniosas construções do conjunto de igrejas setecentistas de Diamantina (IPHAN, 2017). Localizada no centro da cidade de Diamantina, ao visitar o monumento é cobrada uma taxa de R\$5,00 com visita guiada. É aberta de terça-feira a Sábado no horário de 13:00 às 17:00 e no domingo após vesperata, abre de 09:00 às 13:00. Não é permitido fotografar em seu interior.</p>

4. Possibilidades de interpretação nas igrejas

- 1) Nas igrejas em geral deve ser melhorada a sinalização. Seria viável colocar placas de sinalização interpretativa na parte externa, com informações sucintas e alguma imagem do interior da igreja, para chamar a atenção do visitante e instiga-lo a visitar o monumento. É importante vincular textos com imagens, pois a mensagem é transmitida de uma maneira mais rápida e objetiva.
- 2) O concerto do órgão histórico Almeida Silva/Lobo de Mesquita é um evento musical que ocorre na igreja do Carmo e que faz parte do calendário de eventos da cidade. Uma ação interessante de vincular a música clássica com o ambiente de uma igreja secular, agregando um valor especial e único do local.
- 3) A utilização de uma trilha sonora durante a visita às igrejas seria uma proposta interessante para oferecer ao visitante, uma visita marcante e inspiradora. Harmonizando o ambiente sagrado com as músicas sacras, adequados para o ambiente. E com horários estipulados para a entoação.
- 4) Utilização de áudio guia, contendo informações em outros idiomas acerca do contexto histórico da igreja.
- 5) Totem e placas interpretativas contendo informação sobre a igreja, esclarecimentos sobre arquitetura, pinturas artística, história da arte, lendas, curiosidades.
- 6) A igreja do Carmo poderia ter uma recepção com guias para recepcionar e prestar esclarecimentos sobre o potencial cultural do local.
- 7) Folder com informações sobre a igreja visitada.

Por fim, estes dados revelam a importância de ferramentas adequadas para interpretação do patrimônio como alternativa para valorização da história local e reconhecimento de elementos sensoriais que costumam passar despercebidos diante dos olhares de seus visitantes, visando de uma maneira dinâmica e interativa, permitir uma transformação cultural, ao mesmo tempo em que ajuda na preservação do patrimônio histórico de uma localidade

5. Considerações finais

A cidade de Diamantina é como se fosse um “baú” antigo repleto de memórias que foram se acumulando com o passar dos anos. Diamantina se apresenta como um lugar de intercâmbio cultural, uma cidade detentora de histórias importantes, cultura e um patrimônio histórico cultural preservado.

É importante considerar que cidades Patrimônios da Humanidade, como Diamantina e outras que possui um rico acervo histórico e arquitetônico, podem ser apresentar como destinos motivadores de deslocamentos de pessoas, e que, portanto, necessitam de suporte e informações de qualidade que promovam o reconhecimento e pertencimento ao patrimônio preservado. Os dados revelados nesta pesquisa permitiram compreender quais as carências dos turistas que visitam Diamantina em se tratando da comunicação mais interativa nos espaços de memória. Estes visitantes tiveram a oportunidade de apontar as falhas e também contribuir para uma melhor qualidade da atividade turística. A pesquisa revelou ainda que as informações sobre a história do lugar precisam ser organizadas, pesquisadas adequadamente e inseridas nos espaços de memória, que são os monumentos históricos. Outro ponto importante observado é em relação à linguagem, que deve ser mais acessível para os mais diversos públicos, levando em consideração a faixa etária, pessoas com algum tipo de necessidade especial, para que todos os visitantes possam compreender a importância do bem cultural no contexto histórico e tenha autonomia para fazer uma melhor leitura da cidade.

A falta de ações interpretativas podem tornar os monumentos espaços vazios de emoção. É imprescindível que o conjunto de informações expostas no monumento vão além de apenas informar, mas que toque os sentidos dos visitantes, provoque sensações, curiosidades e forneça conhecimento de uma forma lúdica. O planejamento adequado aliado as técnicas de interpretação do patrimônio, poderia facilitar uma comunicação mais dinâmica entre o visitante e a cultura local, valorizando o patrimônio local e o respeito com o mesmo. Para Bazán (2014) a interpretação ocorre no interior de cada pessoa, é o que intelectual e emocionalmente consegue conectar-se com o bem patrimonial.

No decorrer do trabalho podemos perceber que apenas algum dos monumentos históricos pesquisados tem alguma ação voltada para a interpretação do patrimônio que interaja com o visitante e o aproxime de uma parte da história da cidade que foi compactada no monumento, como recursos tecnológicos, guias

e placas interpretativas, além de ações do poder público para manutenção dos monumentos históricos para visitação turística.

A interpretação patrimonial para a cidade de Diamantina seria uma proposta inovadora e bastante viável para a realidade da cidade, que tem uma cultura arraigada. Se o visitante for recebido adequadamente e tiver experiências significativas com a cultura, este vai reproduzir a experiência para outras pessoas.

Por fim nesta pesquisa, observa-se que quando se trata de sítios históricos e detentores de recursos culturais, projetos e ações voltados para gestão turísticas se tornam essenciais, como forma de permitir a valorização do patrimônio. O envolvimento de todos os atores locais é de suma importância: o poder público, poder privado, moradores locais, especialistas de áreas distintas, que em conjunto poderão contribuir para que as ações sejam assertivas. A partir desse estudo pode-se aferir que a interpretação do patrimônio nas cidades patrimônios poderia contribuir para auxiliar na qualidade da atividade turística e gerar benefícios sociais, econômicos e culturais, bem como possibilitar que o turismo cumpra o seu papel intermediador entre o patrimônio e visitantes, permitindo uma maior consciência cultural e um melhor aproveitamento dos recursos patrimoniais pelo turismo.

Bibliografia

- Albano, Celina; Murta, Stela Maris
2002. *Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Barretto, Margarita
2005. *Planejamento responsável do turismo*. Papyrus Editora.
- Bazán, Héctor Guillermo
2014. La interpretación del patrimonio geomorfológico en los Picos de Europa: una propuesta para su aprovechamiento didáctico y geoturístico. Disponível em: <<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/6513>> Acesso em janeiro de 2017
- Beorlegui, Juan José Hervias
Intepretación del Patrimonio através del analisis de las técnicas usadas en el museo de Jamtli. Universitat de Barcelona. Facultat d'Eduació. Programa de doctorado (EFES) Didáctica de las Ciencias Soclaies y de Patrimonio, Barcelona, 2016
- Brochu, L.; Merriman T.
2012. *Personal Interpretation (Kindle Edition)*. Fort Collins: Heartfelt Publications.
- Camargo, Haroldo L.
2004. Patrimônio e Turismo, uma longa relação: história, discurso e práticas. *Revista lazer e turismo-revista eletrônica COEAE*. Unisantos-Universidade católica de Santos. Disponível em: <<http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigosdc19.html?cod=33>> Acesso em jan de 2016
- Cardozo, Poliana Fabiula de; Melo, Alessandro
2015. Patrimônio, Turismo cultural e educação patrimonial. *Educação e Sociedade*, v. 36, n. 133. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v36n133/1678-4626-es-36-133-01059.pdf> Acesso em 2017
- Choay, Françoise
2006. *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Estação Liberdade; Unesp.
- Costa, Flávia Roberta
2009. *Turismo e patrimônio cultural: Interpretação e qualificação*. São Paulo; Senac São Paulo: Edições SESC SP.
- Dencker, Ada de Freitas Maneti
1998. *Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas*. 9 ed. São Paulo: Futura.
- Farias, Eny Kleyde V.
2002. A construção de atrativos turísticos com a comunidade. In: Albano, Celina; Murta, Stela Maris. (Coord.) *Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: Ed. UFMG,. P. 59-73.
- Goodey, Brian.
2002. A interpretação do Sítio Turístico: desenho e atividade. In: Albano, Celina; Murta, Stela. Maris. (orgs). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo horizonte: Ed. UFMG. Território Brasilis. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
1999. Proposta de inscrição de Diamantina na lista de patrimônio mundial. Anexo 09. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossi%C3%AA%20Diamantina.pdf>> Acesso em 2016

Morales, Jorge

2012. *apud* Téllez, Geiser Perera, García C. María Elena Betancourt. Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey. Centro de Estudios Multidisciplinarios del Turismo, Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas, Universidad de Camagüey *Ignacio Agramonte Loynaz*, Retos de la Dirección 2016; 10(1): 94-113

Ministério do Turismo

2006. Turismo Cultural. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em jan de 2017

Murta, Stela Maris; Goodey, Brian

2005. *Interpretação do patrimônio para o turismo sustentado - Um Guia*. Belo Horizonte: Sebrae MG, 114p. Pires, Fabiana Mendonça

2006. A interpretação patrimonial na relação entre o sujeito e o atrativo: percepções dos turistas e dos moradores sobre a interpretação do patrimônio edificado em Tiradentes. Disponível em:<<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp155801.pdf>>. Acesso em 2016

Tilden, Freeman

1957. *Interpreting our heritage*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill, NC. Sevilla.

Tomazzoni, Edegar Luis

2009. Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores. Educs. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/218480/mod_resource/content/1/TOMAZZONI%2C%20Edegar%20L.%20LIVRO%20Turismo%20e%20Desenvolvimento%20Regional%20%28Educs%2C%202009%29.pdf>. Acesso em 2016

Téllez, Geiser Perera, García C. María Elena Betancourt

2016. Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey. Centro de Estudios Multidisciplinarios del Turismo, Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas, Universidad de Camagüey *Ignacio Agramonte Loynaz*, Retos de la Dirección; 10(1): 94-113

Recibido: 19/03/2018

Reenviado: 25/07/2018

Aceptado: 26/07/2018

Sometido a evaluación por pares anónimos

El “retorno al campo” desde la mirada local. Redescubriendo los atractivos patrimoniales pampeano-bonaerenses (Argentina)

Cecilia Pérez Winter*

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Resumen: En el marco de las nuevas ruralidades, elementos vinculados a esas geografías son valorizados -patrimonial y turísticamente- y (re)introducidos al mercado desde el Estado y el sector privado como principales activadores. No obstante, la agencia de las comunidades locales está promoviendo la configuración y negociación de nuevos espacios y modalidades de gestión participativa que posibilitan su inclusión en dichos procesos. En este artículo proponemos discutir estas temáticas mediante dos casos de la provincia de Buenos Aires (Argentina): Exaltación de la Cruz y San Andrés de Giles. A partir de la valorización turístico-patrimonial del “campo” pampeano bonaerense, analizamos cómo emergen procesos de revitalización que resignifican el sentido del lugar.

Palabras Clave: Patrimonio; Turismo; Ruralidad; Comunidades locales; Provincia de Buenos Aires.

“Return to the countryside” from a local perspective. Rediscovering heritage attractions of Buenos Aires Pampas (Argentina)

Abstract: In the context of new ruralities, elements related with those geographies are valorized and (re) introduced in the market as heritage and tourist products, from public as well as private sector as the main actors involved. Nevertheless, the agency of local communities is promoting the construction and negotiation of new participatory spaces and management modalities, allowing local residents to position themselves as active actors of those processes. In this article we are interested in discuss these issues by two cases of study located in Buenos Aires province (Argentina): Exaltación de la Cruz and San Andrés de Giles. Through tourist and heritage valorization of the Buenos Aires pampa countryside, we analyze in both districts how revitalization processes emerge, redefining sense of place.

Keywords: Heritage; Tourism; Rurality; Local communities; Province of Buenos Aires.

1. Introducción

Entre las décadas de 1970-90, aproximadamente, los espacios rurales de diversos países -tanto de Europa como América Latina- vienen siendo afectados por una variedad de procesos de cambios (materiales y simbólicos) que inciden en su constitución (Castro y Zusman, 2016, del Romero Renau, 2018; Kay, 2009; Neal y Agyeman, 2006). Entre las transformaciones se pueden nombrar: la expansión del agronegocio y la reestructuración agraria; los conflictos ambientales; la defensa de la agricultura familiar; la promoción de modalidades de comercio justo y solidarios; las demandas de una soberanía alimentaria; la proliferación de emprendimientos ocio-recreativos turísticos y patrimoniales. Estos últimos promueven una valoración positiva de estos ámbitos, dejando atrás idearios asociados con el atraso (Pérez, 2001). Por el contrario, se destacan aquellos que colocan a lo rural como un lugar en el cual estar en “contacto con la naturaleza”, como “reservorio de lo nacional”, desde una mirada nostálgica y romántica (Nates Cruz y Raymond, 2007; Nogué, 1988; Roigé y Frigolé, 2011). De esta forma, el “campo”

* Instituto de Geografía e Instituto de Ciencias Antropológicas, Universidad de Buenos Aires, CONICET (Argentina); E-mail: cecipw@gmail.com.

se plantea como un nuevo lugar de consumo bajo construcciones idealizadas que invisibilizan sujetos y simplifican procesos sociales y económicos que han tenido lugar en esas geografías (Clope y Little, 1997).

Estos procesos de valorización y mercantilización de versiones idealizadas sobre lo rural han sido orientados bajo diferentes modalidades turísticas tanto desde el sector privado como estatal. En el caso de Argentina se ha pasado de denominar turismo rural haciendo referencia a la visita de estancias para ampliar su definición, ofreciendo una variedad de propuestas. En este marco, se incluyen otros establecimientos productivos con un interés orientado hacia lo educativo como las granjas o la inclusión de pequeñas localidades como los pueblos y parajes. Así, programas nacionales como el recientemente formulado por la Secretaría de Turismo y la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos, “Pueblos Auténticos” (2017) (o el programa provincial “Lugares Mágicos” (2016) en la provincia de Salta), buscan –mediante la activación patrimonial- fomentar el arraigo, fortalecer las identidades locales y promover el desarrollo local.

Estas propuestas que se originan desde las políticas públicas por actores estatales, que suelen tener mayor incidencia en la implementación de proyectos turísticos, se inspiran en modelos propuestos por otros organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), LA Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y son reformulados para adecuarse a los contextos locales de cada país (Velázquez Inoue, 2018). No obstante, también se han conformado organismos no gubernamentales y Asociaciones Civiles con el propósito de contribuir en la revitalización de los pueblos. En Argentina podemos mencionar ejemplos como, la ONG Responde, Pueblos que Laten, Proyecto pulpería. En este marco, cabe señalar la conformación de estrategias locales como la creación de cooperativas y otros tipos de emprendimientos comunitarios en las cuales el turismo se encuentra presente (Alonso et al., 2013, Fernández, 2017; Píriz et al., 2001; Ratier, 2009).

La valorización turística-patrimonial tiende a ser promovida por diversos actores que se posicionan como “voces autorizadas” y van articulando redes escalares desde el ámbito local, municipal, provincial, nacional y hasta global (Castro y Zusman, 2007), siendo los actores estatales los que adquieren un rol protagónico en la toma de decisión sobre qué elementos -vinculados con la ruralidad- son significativos como para preservar, y a su vez mercantilizar (Zusman y Pérez Winter, 2018); pensando no tanto en las necesidades/intereses de las comunidades locales, sino en las expectativas y gustos de los consumidores externos como los turistas/visitantes (kirshenblatt-Gimblett, 1998; Perkins, 2006; Prats, 2004).

Estos procesos de valoración de la ruralidad -mediante la activación¹ patrimonial y turística- están cambiando la relación y el vínculo que los pobladores mantienen con sus lugares de residencia. Es en este marco, que las propias comunidades están movilizándose para lograr colocar su voz y posición dentro de estos procesos. Así, como señala Nogué (2016), más que un “retorno” al campo, comienza a observarse un “redescubrir” del propio lugar, surgiendo nuevas formas de gestión participativas dentro de las estructuras burocráticas de los organismos públicos. En este nuevo contexto nos interesa indagar qué cambios, tensiones y disputas (materiales y simbólicas) estos procesos de valorización patrimonial y turística se generan entre las comunidades locales y los actores estatales y qué respuestas o acciones emergen para resolverlas.

Teniendo todo esto en consideración proponemos discutir los temas planteados mediante dos casos de la provincia de Buenos Aires (Argentina), los partidos de Exaltación de la Cruz y San Andrés de Giles. A partir de ellos discutimos cómo la valorización de las áreas rurales -que han tenido lugar en la pampa bonaerense- está comenzando a promover procesos de revitalización, desde la patrimonialización y turistificación, impulsado tanto desde los estados municipales de carácter participativo como desde iniciativas que emergen en la propia comunidad.

1.1. Metodología y fuentes

Las informaciones presentadas en este artículo fueron construidas a partir del trabajo de campo efectuado en los municipios de Exaltación de la Cruz y San Andrés de Giles entre los años 2012-2018, en el marco de investigaciones doctoral y posdoctoral. En ellos se realizaron: entrevistas semi-estructuradas a residentes y funcionarios públicos locales; observación con y sin participación en eventos como fiestas patronales y otras actividades culturales-patrimoniales y turísticas; consulta de publicaciones locales y archivos municipales: Archivo del Museo del Periodismo Bonaerense en la ciudad de Capilla del Señor y la Biblioteca Popular “Alberdi” de San Andrés de Giles; como así también el archivo de la actual Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos (CNMLBH), localizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Asimismo, se analizaron normativas vinculadas a la regulación turística y patrimonial de cada distrito; además de material gráfico, como archivos fotográficos, diarios locales, folletería y banners turísticos.

A continuación presentamos el contexto en el cual se enmarcan los casos seleccionados. Luego introducimos los resultados de nuestra investigación y discutimos los casos a la luz de las problemáticas planteadas. Por último, exponemos las reflexiones finales.

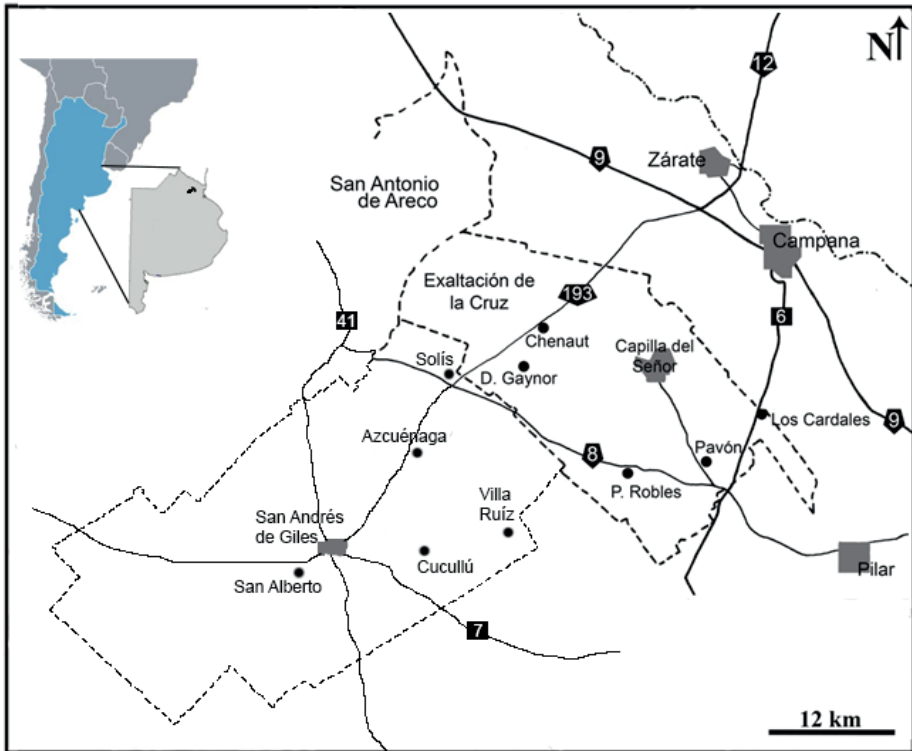
2. La activación turístico-patrimonial de la pampa bonaerense

En el área de la pampa bonaerense han ocurrido diversos cambios productivos, desde la década de 1990 (Barsky, 2005, Castro y Zusman, 2016; Teubal, 2008). Entre ellos nos interesa destacar la multiplicación de emprendimientos turísticos no solo privados (ej. Estancias y granjas abiertas al público, clubes de polo y golf), sino también aquellos orientados desde proyectos estatales (nacionales, provinciales y municipales). A escala nacional se han implementado proyectos de turismo bajo la modalidad rural, muchos de ellos promovidos mediante el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). En el año 2009 el INTA coordinaba 83 experiencias asociativas -emprendimientos propuestos por diversos productores que se complementan-, la mayoría ejecutadas en la provincia de Buenos Aires (Roman y Ciccolella, 2009). Para el año 2014 la cifra ascendía a unos 113 proyectos; no solo orientados a revitalizar las economías de los pequeños productores, sino también de los habitantes de pueblos rurales (Guastavino et al., 2015), a partir de actividades/productos/lugares asociados a “la identidad local”. Asimismo, se creó la Red de Turismo Rural del área centro-sur de la provincia de Buenos Aires, nucleando 99 experiencias que ofrecen diversos servicios y actividades (MINAGRO, 2016). Desde la Subsecretaría de Turismo bonaerense se han propuesto una variedad de estrategias para impulsar el turismo hacia el interior del territorio como una herramienta de desarrollo local (Pérez Winter, 2017a). Por lo tanto, existen iniciativas dirigidas, en primer lugar, a grupos de pequeños productores que tienden a promover la activación de elementos histórico-culturales y naturales y alimentos locales como estrategia para promover la dinamización de las economías regionales.

A su vez, encontramos programas que buscan revitalizar los pueblos rurales como lugares turísticos, como el Programa Pueblos Turísticos (2008) diseñado por la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires. Entre sus propósitos: “[se]... *busca poner en valor todos aquellos recursos patrimoniales y/o extrapatrimoniales existentes en las pequeñas localidades*” (SECTUR, 2012: 2^o). Gran parte de la oferta turística promovida por la Subsecretaría de Turismo bonaerense destaca la figura del gaucho y la diversidad del paisaje pampeano como su escenario (Pérez Winter, 2018). En este marco, se van sumando los municipios que componen el territorio de la provincia de Buenos Aires aportando diversos elementos que acompañan las propuestas planteadas por la Subsecretaría (Morosi, 2008; Navarro y Schlüter, 2010, Pérez Winter y Zusman, 2014, Pinassi y Schenkel, 2017). Sin embargo, existen iniciativas patrimoniales y turísticas que ponen en valor otros aspectos y otras lecturas sobre lo rural impulsadas desde la propia comunidad que busca participar dentro de estos procesos, como se expone a continuación.

3. Exaltación de la Cruz

El partido de Exaltación de la Cruz se ubica en el norte de la provincia de Buenos Aires a unos 80 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires –de ahora en adelante CABA- (Figura 1), limitando con los municipios de Luján, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco, Zárate, Campana y Pilar, mediante las rutas nacionales 8, 9 y 6 y las provinciales 193 y 192. Cuenta con 29.805 habitantes, de los cuales 9.244 residen en la ciudad cabecera, Capilla del Señor (INDEC, 2010^o). Actualmente se pueden identificar otros dos centros urbanos importantes: Cardales y Parada Robles, además de otros parajes y barrios cerrados.

Figura 1: Localización de Exaltación de la Cruz y San Andrés de Giles.

Fuente: Elaboración propia.

Durante la década de 1990, la implementación -desde el gobierno nacional- de políticas neoliberales afectó significativamente la región. Ello promovió una reestructuración de la producción agropecuaria, deviniendo en una crisis económica: cierre de las líneas de ferrocarriles, expansión del modelo sojero, desempleo, despoblamiento (Craviotti, 2007; González Maraschio, 2017; Ratier, 2009; Teubal, 2008). En este marco socio-económico la CNMBLH declaró como “Bien de Interés Histórico Nacional” al centro histórico de Capilla del Señor (Decreto Nacional N° 1648/1994). A partir de este reconocimiento, el municipio impulsó una serie de acciones y medidas de preservación, como la creación de la Comisión de Preservación Patrimonial –dependiente de la Dirección de Cultura- con el fin de mantener la fisonomía del área patrimonializada e idearios asociados a la urbanidad, la educación, la cultura y el progreso. Asimismo, los aspectos históricos y materiales que le valieron la declaratoria nacional fueron activados turísticamente, configurando a Capilla del Señor como el destino turístico del partido (Pérez Winter, 2017b, 2018).

A partir del 2001, dando cuenta de la proliferación de emprendimientos privados asociados al ocio (estancias, casas de campo, clubes de golf y polo) y el aumento del flujo de visitantes, la Dirección de Turismo de Exaltación de la Cruz comenzó a extender el turismo hacia el interior del partido. Así, toda actividad cultural y/o deportiva, celebraciones locales, entre otras, fueron resignificados e incorporadas a la agenda turística del municipio. En este marco, eventos y proyectos que estaban siendo auto-gestionados por residentes de diversas localidades del partido -antes desestimadas- cobraron interés para el municipio. Este proceso llevó a cambiar de estrategia de la Dirección de Turismo, no presentar como único “producto” a su ciudad cabecera, sino a todo el distrito como lugar de consumo turístico, poniendo en valor su “ruralidad” antes marginalizada. Así, mediante el slogan: “Exaltación de la Cruz, muy cerca tuyo⁴...”, buscaron destacar la escasa distancia y accesibilidad del municipio -estrategia altamente implementada por la Subsecretaría de Turismo bonaerense- respecto de centros urbanos como Campana, Zárate y -especialmente- CABA, de donde provienen la mayoría de los turistas (Pérez Winter, 2017b).

3.1. La activación de otros patrimonios-atractivos

Cardales y Parada Robles son localidades de Exaltación de la Cruz que, en comparación a Capilla del Señor que data de mediados del siglo XVIII, son de recientes configuración -primera mitad del siglo XX-. En ellas existe un grupo de residentes activos que desde hace unos años comenzaron a organizar y gestionar una serie de actividades culturales que han llamado la atención de visitantes no locales.

“...antes existía solo el 14 de septiembre, nuestra fiesta del pueblo de Capilla del Señor (...) Pero después Cardales dijo ‘pero nosotros también tuvimos que haber nacido, tenemos que tener una fecha de cumpleaños’. Investigaron y la encontraron y, ahora, ellos también tienen su fiesta del pueblo, su fiesta de cumpleaños. Y lo mismo Parada Robles. (...) La fogata de San Juan [en Cardales] (...) quemaron un muñequito y fue un montón de gente y ahora es impresionante” (Residente de Capilla del Señor, 2012).

“...lo que tiene [Parada] Robles, la comunidad es toda de afuera. Les encanta participar en eventos culturales. (...)...hacen una cantata navideña y todo el pueblo va vestido de cómo era en ese entonces. Hicieron el 25 de mayo un cabildo gigante, hicieron la reproducción de la Batalla de la Cañada. Les gusta hacer ese tipo de cosas donde toda la comunidad participa. A nosotros ni a palos nos vestís” (Residente de Capilla del Señor, 2013).

La Fogata de San Juan –que anteriormente se organizaba en Capilla del Señor- comenzó a festejarse en 1994 en Cardales. Ella se tornó una actividad multitudinaria a la que se le fueron incorporando otras atracciones como puestos gastronómicos, venta de artesanías y la organización de talleres recreativos para chicos, culminando con la esperada quema del muñeco elaborado para la ocasión. En 2017 se celebró la edición número 24 (Figura 2). Asimismo, reproducciones realizadas -por los miembros del centro cultural de Parada Robles- de la Batalla de la Cañada⁵, resultan eventos culturales locales autogestionados -con apoyo municipal- que terminan siendo resignificados como atractivos turísticos por la Dirección de Turismo. Actualmente, estos eventos forma parte de la agenda de actividades promocionada también por la Subsecretaría de Turismo bonaerense en la Guía de “Fiestas Populares” (SECTUR, 2018), mostrando la relevancia que han adquirido.

Figura 2: A. Banner de la Fogata de San Juan, Cardales (2017). B. Folleto de la Batalla del Cañada (2014).



Fuente: Dirección de Turismo.

Son los residentes de “afuera” o que tienen pocas generaciones habitando esas localidades del distrito, los que presentan –según los capillenses entrevistados- una alta participación en la organización de

actividades que ponen en valor eventos de la historia local. Ello es un reflejo de como este sector está generando sus propias formas de construcción de sentidos de pertenencia (Massey, 1995). Además de configurar sus propias lecturas, a partir de recuperar prácticas y narrativas históricas activadas mediante actividades culturales y recreativas. Estos procesos turístico-patrimoniales promovidos desde las comunidades locales junto a la valorización de las áreas rurales como espacios de ocio y consumo que se registran a nivel provincial y municipal, comenzaron a incidir en la actuación de la Comisión de Preservación Patrimonial de Capilla del Señor.

Es importante señalar que Cardales y Parada Robles, a diferencia de Capilla del Señor, se encuentran localizadas sobre rutas –provincial la primera y nacional la segunda- de mucho movimiento. Asimismo, Cardales se encuentra en un punto estratégico de conexión con otras vías que permiten el transporte de productos en la región del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Es en esa área del distrito donde proliferó la instalación de barrios cerrados y parques industriales y en donde se percibe con mayor intensidad las transformaciones productivas mencionadas anteriormente (Craviotti, 2007). Estos procesos señalados también han llevado a sectores de las comunidades de esas localidades -relegadas por las políticas patrimoniales y turísticas municipales- a promover sus propias activaciones e intervenciones en pos de la protección de aquellos elementos que reconocen, no solo como su patrimonio local, sino también como potenciales atractivos turísticos. Uno de los primeros casos de activación patrimonial en Cardales llevada adelante por una vecina, fue lo que impulsó a que comenzara a institucionalizarse –a través de la actuación de la Comisión de Preservación Patrimonial- la protección patrimonial fuera de la ciudad de Capilla del Señor.

“... fue un caso atípico porque esa señora [de Cardales] nos vino a consultar. (...) decidimos ir a asesorarla por el entusiasmo de ella y porque realmente sabía la historia del lugar y quería conservarlo y nos pareció la verdad meritorio que una propietaria tuviera ese empuje. Y aparte es la calle principal de Cardales. Cardales siempre reclama que no tiene historia y era uno de los edificios más antiguos de la localidad. (...) la asesoramos, ella logró conservarla, incluso hizo dos locales y la idea es un poco crear también ahí una Comisión” (Miembros de la Comisión, 2011).

Este hecho –junto a los efectos del avance del periurbano- ha generado un cambio en los criterios de patrimonialización de la Comisión de Preservación de Patrimonio de Capilla del Señor que hasta el momento se planteaban inflexibles (Pérez Winter, 2018).

“...Cardales bueno, tiene que sufrir ese embate inmobiliario que está en la actualidad (...), nosotros también en lo que apuntamos es, (...) sino existe el patrimonio, [promover] una mejor calidad de vida. Entonces por ahí en Cardales lo que vos ves es el desorden en el caos y realmente hay gente que por ahí, quiere encauzar eso” (Miembros de la Comisión, 2011).

Asimismo, la valorización turística del “campo” fue otro factor que llevó a la Comisión de Preservación de Patrimonio replantear su actuación y comenzar a ponderar elementos rurales antes desestimados por ella.

“... tendríamos que ampliar [nuestra actuación] por ejemplo con el área rural. O sea que es algo que está pendiente con las viejas pulperías que quedan fuera del radio. (...) Bueno, eso también tendría que estar protegido. (...) es una idea que habría que trabajarla conjuntamente con turismo para que, de alguna manera, se vayan incorporando todos esos lugares dentro del patrimonio y se haga una ordenanza que los proteja” (Miembro de la Comisión, 2013).

Estas ideas de pensar el patrimonio como un elemento que permita vehiculizar y consolidar versiones identitarias o como recurso económico que posibilite mejorar la calidad de vida no son recientes. Autores como Henri Lefebvre ([1969] 1978) ya han señalado que el espacio es socialmente construido y que debe existir una real participación de sus residentes para favorecer un acceso equitativo a la ciudad. Asimismo, documentos promovidos por organismos internacionales (Declaración de Amsterdam, 1975), como por profesionales involucrados en el tema, han planteado la relevancia del patrimonio como revitalizador de localidades, destacando su potencialidad económica al servicio de las comunidades locales (Hardoy, 1989).

Estos procesos de activaciones turísticas y patrimoniales surgidas desde sectores de las comunidades locales también han favorecido el desarrollo de políticas participativas. Estamos haciendo referencia a un caso particular, la implementación de uno de los primeros observatorios de paisaje en la provincia de Buenos Aires. Su establecimiento está mostrando una apertura en términos de gestión al pensar en propuestas participativas e integradoras sobre el territorio y los elementos y sujetos que lo componen.

Así, en 2013 el municipio de Exaltación de la Cruz presentó y formalizó un Observatorio del Paisaje (Figura 3) con el propósito de: “... *garantizar la protección, gestión y ordenamiento del paisaje de Exaltación de la Cruz a fin de preservar sus valores naturales, patrimoniales, culturales, sociales y económicos en el marco de un desarrollo sostenible (...) tendrá funciones de catalogación, sensibilización de la sociedad asesoramiento al Municipio y educación en materia de paisaje*” (Ordenanza 42/2013). El observatorio toma como modelo al instalado en Cataluña (<http://www.catpaisatge.net/>) y cuenta con el apoyo del nodo Buenos Aires de la Red Argentina del Paisaje. Se compone de una comisión asesora integrada por un equipo interdisciplinario de profesionales que colaboran con la planificación de las acciones a realizar; y una comisión promotora, formada por autoridades y residentes de Exaltación de la Cruz interesados en participar en la planificación y regulación de las “unidades de paisajes” identificadas en el partido. Entre ellos, se encuentran funcionarios del área de cultural, patrimonio y turismo. Asimismo, a partir de las actividades y talleres que a través de ella se realizan anualmente en las escuelas y otros ámbitos, se incentiva a las comunidades –de las áreas urbanas y rurales del distrito-, a poner en valor -o “descubrir”- aquellos elementos cotidianos con otra mirada; pero a la vez, produce un espacio en el que residen de las áreas más anegadas puedan elevar propuestas y demandas sobre carencias y problemáticas.

Figura 3: Banner de la inauguración del Observatorio del Paisaje, fuente: Dirección de Turismo; fotografía sobre la realización de uno de los talleres en las afueras de Capilla del Señor.



Fuente: Autora, 2013.

Este proceso de puesta en valor -el “descubrir”- orientado desde el Observatorio tiene características similares a las que se identificaron en el momento en que se promovió la patrimonialización nacional del centro histórico de Capilla del Señor por los expertos de la CNMLBH durante la década de 1990. Varios residentes de la ciudad entrevistados expresaron este sentimiento de “descubrimiento” de sus propios patrimonios a partir de la mirada experta y foránea de la CNMLBH (Pérez Winter, 2018). Sin embargo, en el caso del Observatorio esa mirada estaría constituida por la experticia de especialistas foráneos y de los saberes e intereses de las comunidades locales que buscan impulsar nuevas activaciones y reconocimientos.

3.2. El “retorno” al campo exaltacrucense

En Exaltación de la Cruz, durante la década de 1990 -en plena reestructuración económica de los ámbitos rurales del país-, la declaratoria del centro histórico de Capilla del Señor como patrimonio nacional inició un proceso de institucionalización del patrimonio en la ciudad. Este proceso estuvo encaminado bajo valores sarmientinos que se legitimaron en dicho reconocimiento. Es decir, la selección de hechos y personajes que recuperan una versión de pasado local -entre mediados y fines del siglo XIX- que coloca a Capilla del Señor como un ámbito asociado al progreso, la urbanidad, la educación y la cultura. Estos aspectos, a su vez, se presentan como la base fundante y representativos del distrito. Y si bien en la declaratoria (Decreto Nacional 1648/1994) se mencionaba el entorno de Capilla del Señor, configurado por elementos vinculados a la ruralidad de la campaña bonaerense –como las casuarinas,

antiguas pulperías y la producción agraria-, estos fueron relegados desde las iniciativas patrimoniales y turísticas municipales hasta recientemente (Pérez Winter, 2018).

Las actuales transformaciones socio-productivas del campo, que dieron lugar a la crisis nacional del 2001, decantaron posteriormente en activaciones patrimoniales y turísticas llevadas adelante por las propias comunidades. Así, la agencia de residentes de Cardales y Parada Robles logró confrontar y poner en tensión los criterios de valorización patrimonial y turística estipulados por la Comisión de Preservación Patrimonial y la Dirección de Turismo municipal. En este marco, emergieron nuevos procesos de “(auto)descubrimiento” (Nogué, 2016) hacia el propio campo desde las políticas públicas locales. Sea por un interés económico, político, social o cultural, los organismos del estado municipal comenzaron a mirar hacia el interior del partido, activando aquellos elementos vinculados con su pasado y presente rural -en transformación- generando los primeros espacios de gestión participativa mediante nuevas lecturas sobre la valorización de lo local.

4. San Andrés de Giles

El partido de San Andrés de Giles se ubica hacia el norte de la provincia de Buenos Aires (Figura 1), a unos 105 km –aproximadamente- de CABA. Cuenta con 23.027 habitantes (INDEC, 2010). Está compuesto por su ciudad cabecera homónima y varios pueblos y parajes, en su mayoría conformados a partir de la extensión de las vías ferroviarias (entre fines del siglo XIX y principios del XX) que atraviesan el partido. Entre ellos podemos mencionar: Azcuénaga, Villa Ruíz, Cucullú, San Alberto, Espora, Franklin, Villa Espil, siendo un total de 15 asentamientos. El distrito es de fácil acceso, mediante la ruta nacional 7 y la provincial 41. Linda con los municipios de Exaltación de la Cruz, San Antonio de Areco, Suipacha, Luján, Mercedes y Carmen de Areco.

Los primeros reconocimientos formales de patrimonio local en el municipio de San Andrés de Giles se observan desde la década de 1980 (Ordenanza 73/1988, 1991/88). En este sentido se puede nombrar la declaración como “lugar significativo” a la estancia la Merced (Ordenanza 49/1988); o el almacén de ramos generales “la casa Terrén”, ubicado en Azcuénaga (Decreto Municipal 154; Ordenanza 20/1993); o el “boliche de Tejo”, localizado en Cucullú (Decreto Municipal 747/2001; Ordenanza 688/2001). Algunas de estas patrimonializaciones han sido impulsadas no solo por expertos sino también por asociaciones locales, como el Centro de Estudios Históricos de la Biblioteca Popular Alberdi, buscando preservar estos lugares por sus valores estéticos e históricos. Recientemente, se han elaborados nuevas normativas y la conformación de una comisión de preservación patrimonial (Ordenanza 1245/2007, Decreto Municipal 940/2012).

En San Andrés de Giles -a diferencia de Exaltación de la Cruz- existe una inclusión temprana de elementos asociados a la ruralidad del distrito, que desde la década del 2000 constituyen el recurso turístico primordial. La escasa diferencia en distancia que existe entre ambos partidos respecto a CABA –San Andrés de Giles se encuentra más alejado- puede ser un factor que incidió a la hora de percibirse y pensar las políticas y activaciones patrimoniales y turísticas. En el caso de Exaltación de la Cruz, hubo una intención del municipio por promover un perfil residencial incentivando los proyectos inmobiliarios, aprovechando los emprendimientos de la zona de Pilar⁶ (Craviotti, 2007, Thuillier, 2005). Mientras que en San Andrés de Giles se ha preservado en mayor medida las producciones agrarias (porcina, oleaginosas), a pesar de ciertos cambios como la instalación de segunda residencias, incorporación de nuevas tecnologías productivas, composiciones demográficas, entre otros (González Maraschio, 2017; Humacata, 2014; Hendel, 2009). Asimismo, la construcción del acceso Oeste en 1998, ha contribuido en facilitar la llegada al municipio. Y en este marco de transformaciones mencionadas, en San Andrés de Giles también se han establecido emprendimientos dentro del rubro del turismo rural. Desde el ámbito privado el recurso “campo” ha sido aprovechado, como señala González Maraschio (2010), por desarrolladores turísticos e inmobiliarios por la continuidad de un paisaje rural y agropecuario. Otras iniciativas privadas también han sido promovidas a partir de la creación de la Fiesta del Chanco con Pelo, aprovechando la relevancia de la producción porcina en el municipio. Este evento se mantuvo entre los años 2000-2006 y alcanzó alta difusión y trascendencia a nivel país. Para el año 2002 ya poseía carácter Nacional y fue declarada de “Interés Municipal” (Ordenanza 175/2002). Sin embargo, una disputa por el registro de la marca “Fiesta de Chanco con Pelo” ha dificultado la continuidad de la celebración.

Desde el ámbito estatal, en medio de la crisis económica que atravesaba el país, el municipio creó la Oficina de Turismo (2000) y en el 2002 promovió la conformación de una Comisión Asesora con el interés de nuclear diversos organismos vecinales y prestadores de servicios turísticos (Ordenanza 200/2002). En este marco, se ensayaron las primeras experiencias de pensar el turismo rural, no desde la promoción de las estancias

para un turista de alto poder adquisitivo, sino en considerar las pequeñas localidades, como los pueblos y parajes, que atraiga a familias y parejas de diferentes grupos etarios. Una de las primeras experiencias realizadas en los pueblos del municipio -que contó con el apoyo de, en aquel momento, la Subsecretaría de Turismo de Nación mediante el programa Raíces⁷- fue, en el año 2001. Se eligió el pueblo de Azcuénaga⁸ para organizar el “Primer Encuentro de Pueblos Rurales”. El propósito fue presentar al turismo como una práctica socio-económica que permitiría favorecer el desarrollo local rural que estaba en plena crisis.

Así, la Oficina de Turismo buscó consolidar el desarrollo turístico en los pueblos y parajes del municipio y para mediados de la década del 2000 ya tenía su slogan turístico: “San Andrés de Giles, ciudad, pueblos y parajes”. Asimismo, en el 2006, antes que el área de turismo del estado provincial creara la Dirección de Festejos Populares y configure las celebraciones como atractivos significativos con cuales orientar el turismo hacia el interior del territorio (Pérez Winter, 2018), la Oficina de Turismo de San Andrés de Giles propuso singularizar los pueblos y parajes a partir de las fiestas locales y “sacarlas a la calle”. Es decir, que se organicen a cielo abierto, y no en un recinto cerrado como en un club social, para permitir la participación de los turistas/visitantes.

“... esa fiesta surgió por necesidad y por pedido de dos vecinos [de Villa Ruíz] que dijeron Camino Real (...). Nos juntamos y empezamos a laburar e investigar (...) Otro eje temático de un pueblito, Heavy, donde no pasa nada hoy en día, apareció un señor que compró un cielo oscuro. Entonces el eje temático de ellos era “Heavy a cielo abierto”. (...) Después Villa Espil “Un pueblo rural para los niños” (Asesor de turismo del municipio, residente de San Andrés de Giles, 2017).

“Desde 1908 que se hacía la fiesta [patronal del pueblo] siempre fue el primer domingo de octubre. (...) Cuando se hacía el primero de octubre, era difícil [convocar a los turistas]. Creo que combino. Primero protestamos pero creo después nos dimos cuenta que [el cambio de fecha] fue mejor para la recaudación [risas]” (Residente de Azcuénaga, 2018).

Estos -nuevos y tradicionales- festejos fueron reconfigurados por las comunidades locales del distrito y el estado municipal mediante talleres y reuniones para ofrecerse como atractivos turísticos. Estas celebraciones no solo fueron incorporadas al calendario oficial de San Andrés de Giles, sino que posteriormente adquirieron estatus provincial al ser incluidas en el Registro de Festejos Populares de la Subsecretaría de Turismo bonaerense, como la fiesta fundacional de Azcuénaga en abril, la Fiesta “Un Pueblo Rural Para los Niños” de Villa Espil realizada en agosto o la ahora Fiesta Provincial “El Camino Real” en Villa Ruíz celebrada en noviembre (SECTUR, 2018).

Las celebraciones activadas como atractivos turísticos fueron recontextualizadas y resignificadas. Así, para los funcionarios municipales y provinciales los festejos se constituyen como prácticas con alto potencial turístico al ser ofrecidos como atractivos de fin de semana. Mientras que para las comunidades locales de San Andrés de Giles, como señala Ratier para otros casos (2009: 101), se presentan como una forma de resistencia de los pueblos rurales hacia la idea de que están desapareciendo, a partir de expresar en ellas características que los particularizan y que reafirman su existencia.

Siguiendo esta línea de participación, en 2007, mediante un trabajo realizado en Azcuénaga, alumnos y docentes impulsaron la declaración de “Lugar Significativo” a varias edificaciones del pueblo (Ordenanza 1223/2007) que hoy se conforman como parte de los atractivos turísticos.

Esta búsqueda del municipio por desarrollar el turismo en los pueblos y parajes ha llevado a implementar la modalidad comunitaria y otras formas de fomentar políticas participativas diferentes a las que se dieron en Exaltación de la Cruz.

4.1. La Asociación Pueblos y Parajes, la consolidación de una gestión participativa

La crisis económica que afectó el campo argentino a fines de la década de 1990 se hizo sentir en San Andrés de Giles.

“Acá la gente del campo muchos tomaban créditos en los bancos, no podían pagarlos. Y terminaron (...) vendiendo su campo, su chacra, su quinta y (...) viviendo en una casita en la ciudad, gastándose los ahorros (...). Y en ese momento una persona que tenía una parcela justamente al lado de Azcuénaga, once hectáreas (...) [quería] hacer el barrio cerrado o country. (...) me convoca a mí como arquitecto (...) y le propongo (...) no separar el pueblo viejo de lo nuevo. (...) Y yo de turismo, nada, no tenía ni idea, ni lo pensaba. Entonces de ahí empecé a ver el tema patrimonio, de la riqueza que tiene el pueblo y de ver cómo de ese proyecto urbanístico como involucrarlo y ponerlo en valor todo el pueblo” (Asesor de turismo del municipio, residente de San Andrés de Giles, 2017).

Este es el relato fundamental que impulsa el trabajo conjunto entre las comunidades rurales de San Andrés de Giles y la municipalidad en un proceso caracterizado por tensiones, continuidad e irrupciones. Los talleres y ensayos efectuados con el propósito de desarrollar el turismo como estrategia de revitalización de estas localidades, fue orientando y configurando un turismo rural de tipo comunitario. Como ya se mencionó, Azcuénaga fue el lugar en donde se realizaron las primeras experiencias. Desde el 2001 la Fiesta Patronal se configuró como atractivo y en el 2005 se crearon los primeros locales gastronómicos (Humacata, 2012). A partir de esta experiencia piloto, luego se sumarían los casos de Villa Ruíz y Cucullú. Del trabajo conjunto entre representantes de residentes de los diferentes pueblos y parajes y el municipio surgió la creación de la Asociación Civil Pueblos y Parajes de San Andrés de Giles⁹, iniciativa que fue declarada de “Interés Legislativo Provincial” (Expediente D1631112, 2011). Desde su creación en 2008, se promovieron una serie de actividades y activaciones turísticas y patrimoniales en los pueblos y parajes del partido como una estrategia de revitalización, otorgándole cierta autonomía de gestión a los residentes rurales. Según el Estatuto (Acta Constitutiva 28/2008), sus objetivos son: impulsar acciones que contribuyan a proteger los elementos que identifican como patrimonio, “afirmar la identidad lugareña”, fomentar redes de solidaridad y cooperación, etc. Es allí donde los pobladores logran consolidarse como actores en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico en sus localidades y en la activación patrimonial. De hecho, los miembros de la Asociación comenzaron a ser invitados y visitados por organismos estatales de Argentina y otros países latinoamericanos para conocer este tipo de experiencias para ser exportadas como modelo.

“Nos visitaron ecuatorianos de la Universidad no sé cuántos, funcionarios mexicanos. Gente que nos llamaba de la facultad para hablar de nosotros para contarles lo que estábamos haciendo y el destino era la escuela” (Asesor de turismo del municipio, residente de Azcuénaga, 2018).

La conformación de la Asociación contribuyó a que la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires incluyera tempranamente a Azcuénaga y Villa Ruíz dentro del programa -de modalidad comunitaria- “Pueblos Turísticos” en el año 2008, momento de su creación. Ello implicó contar con recursos, capacitación, infraestructura, y sobre todo visibilización mediante la promoción- que la Subsecretaría destina en la gestión del Programa.

Asimismo, la Asociación -con apoyo del municipio- también promovió eventos, no solo turísticos, sino de discusión con pobladores de otros municipios y profesionales vinculados al patrimonio de relevancia nacional, como el “Primer encuentro regional El Patio Pueblos”, declarado de “Interés Municipal” (Ordenanza 1403/2009). En el año 2016 se organizó la Primera Jornada de Patrimonio y Turismo (Figura 4), la cual tuvo su continuidad en el año 2017.

Figura 4: A. Banner del Cuarto Encuentro del Patio de los Pueblos -Pueblos Rurales- (2009). B. Banner de las primeras jornadas de patrimonio y turismo (2016) en Azcuénaga, San Andrés de Giles

A. Banner del Cuarto Encuentro del Patio de los Pueblos -Pueblos Rurales- (2009)

cuarto encuentro de PUEBLOS RURALES

Viernes 21 de abril AZCUENAGA
Partido de San Andrés de Giles

Lugar:
Club Recreativo Apelo (Av. Pedro Terán y El Ombó)

Exposición de trabajos y muestras

Accreditaciones:
900 a \$10.000

Apertura:
10:00 hs.

Palabras de bienvenida:

Destacado de INTERÉS MUNICIPAL
por Decreto Ejecutivo y Consejo Honorario

Se entregarán certificados
Módulo de Turismo POR LLUVIA

El Patio de los Pueblos
Ana, José María, Yanes
Asesor en Turismo y Pueblos Rurales.

San Juan de La Rambla
Un pueblo campestre vivo
CICOP

Atique Nani Artes Incollá
Presidente Centro Internacional para Conservación del Patrimonio

Barack
Fiesta Provincial de la Frambuessa

Desarrollo local y reconversión
Instituto Municipal de Desarrollo Social
Sr. Julio Marini

turismopueblosruralesazcuenaga.gov.ar
(02352) 15-499.128
Organiza: Municipalidad de San Andrés de Giles

B. Banner de las primeras jornadas de patrimonio y turismo (2016) en Azcuénaga, San Andrés de Giles

JORNADA DE PATRIMONIO Y TURISMO

AZCUENAGA PUEBLO RURAL

SÁBADO 29 DE OCTUBRE
LUGAR : ESCUELA SECUNDARIA No. 7 EXTENSIÓN 2070 RAMÓN ZARANICH 9 A 18 HS

JORNADA SIN COSTO ENTREGA DE CERTIFICADOS NO SE SUSPENDE POR LLUVIA

PROGRAMA
13:30 hs. Acreditación

13:30 hs.
Palabras de Bienvenida
Autoridad Municipal: Sr. Jorge Basso
Ana, José M. Yanes
Asesor en Turismo y Pueblos Rurales

Dr. Néstor Terán
Patrimonio Histórico de Azcuénaga

Patricia Mercedes Motta
MADOP
Ambiente Rural
Contando el futuro y el río, vamos a la escuela

Ana Mariela del Navejo
Asesor patrimonial del CICOP
Explicación del concepto de patrimonio

Introducción:
Cátedra de Historia de la
Comunidad (Escuela Secundaria N° 7)

Ana Lía Martínez
Proyecto Restauración
Casa Estación Azcuénaga

Ana, Diana Nolle Vera
Proyecto Restauración
Alberca Cuello Vera, fin del Proyecto

Ana, Gilio Diabari
CICOP
Patrimonio y Turismo

17:00 hs.
Mesa Redonda
Cierre de la Jornada

Taller
¿Dónde se encuentra el patrimonio?
¿Qué patrimonio y qué patrimonio?
¿Cómo se conserva el patrimonio?
¿Cómo se activa el patrimonio?
¿Cómo se comunica el patrimonio?

¿Qué actividades de patrimonio?
¿Cómo se comunica el patrimonio?

Asesora de Turismo del Municipio, residente de Azcuénaga

Fuente: Oficina de Turismo.

Sin embargo, el trabajo participativo y comunitario no siempre es suficiente para llevar adelante emprendimientos en conjunto con el sector privado, como se planteó en Tuyutí, otra localidad de San Andrés de Giles. La iniciativa proponía organizar una actividad área de aventura por parte de una empresa que en comodato utilizaría la escuela como establecimiento, con el compromiso de restaurarla. Posteriormente, la escuela volvería a ser usada por la comunidad como centro cultural.

“...quisieron arreglarla [la escuela] para dejar para la comunidad. Yo me llené de entusiasmo. Y bueno la reunión se hizo con el Consejo Escolar, con la gente, autoridades y chocamos con un gran inconveniente (...) las personas físicas. (...). La burocracia nos ahogó el proyecto” (Residente de Tuyutí, 2018).

Otro ejemplo -en proceso-, se relaciona con la reactivación de las vías ferroviarias con la posibilidad de ofrecer un servicio turístico que conecte localidades que habían quedado aisladas tras su cierre.

“También formo parte de la Asociación Ferrocarril Belgrano Carga. Después de quince años de luchar con esa asociación vi cruzar el tren que nos otorgaron (...) son dos vagones lo vi cruzar por Tuyutí de vuelta. No saben las lágrimas que tuve porque me emocioné (...). Y eso está y pasa por Tuyutí. Y ya estamos pensando con la gente de otros parajes como Espora de hacer una secuencia con ese tren y convertirlo en un tren turístico de fin de semana y a desarrollar emprendimientos gastronómicos en las estaciones” (Residente de Tuyutí, 2018).

Si bien la Asociación en estos últimos años ha dejado de tener la participación que la caracterizó en el momento de su conformación, actualmente se están movilizándolo entre algunos representantes de los pueblos y parajes para lograr su reactivación.

4.2. San Andrés de Giles “pueblos y parajes”

El desarrollo turístico en San Andrés de Giles buscó promover elementos asociados a la ruralidad desde sus inicios. Para ello, se favoreció la creación de la Asociación Civil Pueblos y Parajes, la cual se presentó como un espacio de gestión participativa otorgando cierta autonomía a las comunidades rurales del interior del distrito en el proceso de activación patrimonial y turística de sus lugares de residencia. En este marco, el patrimonio se tornó un recurso relevante para el desarrollo de la práctica turística, en especial la configuración de las fiestas locales como principales atractivos de esas pequeñas localidades.

Asimismo, como señala González Maraschio (2010), en comparación a lo que ocurre en otros partidos del área, la accesibilidad no es el principal criterio para configurar los destinos turísticos de San Andrés de Giles. Ya que, no todos los pueblos y parajes que se promocionan se localizan en las áreas de mejor acceso. Aunque algunos de ellos logran mayor visibilidad y recursos para configurarse como destinos, como los que fueron incluidos al programa Pueblos Turísticos. Por otra parte, algunos de los proyectos turísticos y patrimoniales poseen una carga emocional muy grande para las comunidades locales, como la reactivación del tren, porque de alguna manera rememoran pasados que -desde el presente- se configuran como la “edad de oro” (Lowenthal, 1998) de esos los pueblos. Así, el turismo - aunque simplifica sujetos, procesos y geografías- le otorga a estos lugares -que parecen “detenidos en el tiempo”- un nuevo movimiento, ritmo y cotidianeidad.

Por último, así como en Exaltación de la Cruz la participación de las comunidades locales cuestionó y desafió los criterios patrimoniales y turísticos implementados por los funcionarios del municipio, permitiendo un cambio en la gestión y valorización de la ruralidad; en San Andrés de Giles el proceso de desarrollo turístico incidió en la apertura de lo que las políticas públicas nacionales y provinciales concebían como turismo rural (= estancias). De esta forma, los pueblos, lo comunitario, se incorporaron como puntos clave para el desarrollo de esa modalidad en el país.

5. Del “retorno” al “redescubrimiento” del campo

Los pueblos de la provincia de Buenos Aires, como en otras regiones del país, emergieron como reflejo de diferentes procesos socio-productivos (Hardoy et al. 1988). Las dinámicas de esos procesos, orientados por la implementación de políticas neoliberales durante la década de 1970-90, dejaron a muchos de esos poblados aislados y en decadencia económica. Es por ello que los estados municipales, provincial y nacional buscaron estrategias para sobre llevar la crisis económica ocurrida a fines de

la década de 1990. El turismo en las áreas rurales, en algunos casos bajo la modalidad comunitaria, comenzó a gestarse gradualmente como una alternativa promovida por las políticas públicas (Román y Ciccolella, 2009). San Andrés de Giles fue uno de los primeros municipios de la provincia bonaerense en promover el turismo en pequeñas localidades.

Asimismo, en las áreas rurales de la pampa-bonaerense están proliferando los procesos de activación patrimonial y turística del paisaje, elementos y prácticas asociados a esos ámbitos, desde los Estados provinciales y nacionales. En estos procesos se observa la participación de las propias comunidades que buscan poner en valor y visibilizar sus versiones identitarias, su propias lecturas del pasado, y además, tomar posición a la hora de gestionar sus propios recursos locales (Alonso et al., 2013, Píriz et al., 2001; Ratier, 2009). Es decir, están emergiendo procesos de revitalización (Ukaegbu et al., 2017), no solo orientados por las políticas y programas oficiales –que terminan formulando acciones en pos del turista-; sino mediante alternativas que van construyendo los residentes para satisfacer sus necesidades e intereses comunes. Y ello implica también un proceso disputas y negociaciones sobre qué y cómo activar, a la que vez que generan una redefinición de los vínculos con el lugar en ese nuevo “descubrimiento” de lo rural (Nogué, 2016; Massey, 1994, 1995). Como señala Massey (1995), los lugares en realidad son una construcción híbrida de elementos locales y globales que se encuentran en constante redefinición y resignificación, a la vez que está compuesto de relaciones entre diversos actores y conexiones espacio-temporales que ya se han establecido y que se van modelando, produciendo algo nuevo.

Por lo tanto, los espacios de gestión participativa contribuyen a que las comunidades se integren como actores activos en los procesos socio-económicos de sus localidades. Este tipo de propuesta de valorización de “lo propio” es lo que Nogué (2016) ha identificado como una característica que sugiere un cambio de paradigma en la definición de las nuevas ruralidades. Ya que son los pobladores -y nos los turistas/visitantes o las “voces autorizadas de la gestión”- quienes procuran construir un “reencuentro con” o un “redescubrimiento del lugar” que habitan.

6. Consideraciones finales

Los espacios rurales -europeos como latinoamericanos- están en continua redefinición. Aunque en el marco global existen características que atraviesan la configuración de esos ámbitos –que tienden a su homogeneización-, emergen particularidades en cada país y localidad que se analice. Dentro de la valorización positiva de esas geografías, el desarrollo turístico y la patrimonialización aparecen cada vez con mayor frecuencia y relevancia dentro de las iniciativas estatales y privadas. En este marco, es interesante indagar los procesos de revitalización turística y patrimonial que están teniendo lugar en las áreas rurales porque estos están tensionando y creando -en las propias comunidades- la posibilidad de repensar la relación y la pertenencia entre ellos con sus lugares de residencia, como así también repensarse a ellos mismos como actores locales. En particular, porque generalmente se observa que los programas promocionados por las políticas públicas tienden a cristalizar los lugares y sus prácticas en función de las expectativas de los turistas, congelando un espacio-tiempo (Massey, 1995). Mientras que aquellas propuestas emergidas desde el contexto local intentan presentar iniciativas acordes a sus intereses y necesidades, dando lugar a exponer y reflexionar sobre los distintos procesos por los que tuvieron que atravesar hasta la implementación del turismo. Así, está práctica también se presenta como una oportunidad para difundir otras historias.

El desarrollo turístico organizado con la participación activa de las comunidades locales permite que se realicen planteos sobre la comprensión del espacio-tiempo e indagar en las complejidades que caracterizan las redefiniciones del sentido de pertenencia en la que diversos actores construyen y tensionan diferentes sentidos (Massey, 1994). En el caso del turismo rural, entre los viejos y nuevos residentes y los turistas. Así, para algunos de ellos, los pueblos rurales y turísticos se presentan como lugares de refugio de los problemas que se le atribuyen a los contextos urbanos y generar un reencuentro con la historia, la tradición (Castro, 2017). Mientras que para otros representan sus raíces e historias familiares. En este sentido, los pueblos rurales se colocan como nuevos espacios de consumo (turístico) en los que se condesan múltiples identidades y sentidos que serán activados por los diferentes sectores que componen una comunidad heterogénea y por los visitantes y turistas. De esta forma, los procesos de revitalización evidencian la necesidad de pluralizar la ruralidad que está en continua redefinición.

Bibliografía

- Alonso, Cecilia y Bertoni, María
2013. "Turismo rural con base fabril en la localidad de Pipinas, provincia de Buenos Aires: la identidad como una estrategia para la reactivación económica". En Ratier, Hugo, Ringuelet, Roberto y Soncini, Julieta (Eds.), *El Mundo Rural: Debates en torno a los nuevos procesos de configuración y reconfiguración en el siglo XXI* (pp. 1437-1457). Santa Rosa: Universidad Nacional de La Pampa.
- Barsky, Adrián
2005. "El periurbano productivo, un espacio en constante transformación. Introducción al estado del debate, con referencias al caso de Buenos Aires", *Scripta Nova*, IX (194): 36.
- Castro, Hortensia
2018. "Lo rural en cuestión. Perspectivas y debates sobre un concepto clave". En Castro, Hortensia y Arzeno, Mariano (Eds.), *Lo rural en definición. Aproximaciones y estrategias desde la geografía* (pp. 19-47). Buenos Aires: Paidós.
- Castro, Hortensia y Zusman, Perla
2007. "Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)", *GEOSP-Espaço e Tempo* 21: 173-184.
2016. "Debates y derivas sobre la ruralidad contemporánea. Reflexiones desde el campo pampeano". En Blanco, Jorge y Lencioni, Sandra (Eds.), *Lo rural y lo urbano en Argentina y Brasil. Geografías materiales y conceptuales en redefinición* (pp. 281-308). Río de Janeiro: Consequência.
- Cloke, Paul y Little, Jo
1997. *Contested countryside cultures. Otherness, marginalisation and rurality*. Londres, Routledge.
- Craviotti, Clara
2007. "Tensiones entre una ruralidad productiva y otra residencial: El caso del partido de Exaltación de la Cruz, Buenos Aires, Argentina", *Economía, sociedad y territorio*, VI (23): 745-772.
- Del Romero Renau, Luis
2018. *Despoblación y abandono de la España Rural. El imposible vencido*. Zaragoza, Tirant Humanidades.
- Fernández, Clarisa.
2017. "Teatro comunitario argentino y potencialidad política. El caso del teatro comunitario de Rivadavia", *Escritos*, 25 (54): 165-196.
- González Maraschio, Fernanda.
2010. "Actividades y pluriactividades en establecimientos rurales agropecuarios y no agropecuarios. El caso de San Andrés de Giles", *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*, 1-23.
2017. *Procesos económicos y territoriales en la frontera urbano-rural. Cuatro partidos del noroeste del AMBA desde 1980*. Tesis de doctorado. Universidad de Luján, Luján.
- Guastavino, Marina, Lance, Florencia y Rozenblum, Constanza
2015. *El turismo rural como contribución al desarrollo territorial*. Buenos Aires: INTA ediciones.
- Hardoy, Jorge
1989. "Los pueblos históricos de América Latina", *Medio Ambiente y Urbanización*, 27: 1-9.
- Hardoy, Jorge Madrea, Luis, Tartarini, Jorge
1988. "Pequeños poblados históricos: Conservación y rehabilitación integral", *DANA*, 25: 92-107.
- Hendel, Verónica
2009. "Sociedad, naturaleza y nuevas tecnologías. Un primer acercamiento a la problemática del monocultivo de soja en el partido de San Andrés de Giles", *Revista THEOMAI* 20: 62-80.
- Humacata, Luis
2012. "Nuevas valorizaciones del territorio rural: ¿Azcuénaga, de la vida agropecuaria a paisaje turístico?", 2º Jornadas Nacionales de Investigación y Docencia en Geografía Agraria y 8º Jornadas de Investigación y Extensión del Centro de Investigaciones Geográficas (JCIG). Facultad de Ciencias Sociales UNICEN (Tandil). Disponible en: <https://jornadascig.wixsite.com/jornadascig/copia-de-eje-c>
2014. *Problemáticas socioterritoriales en el espacio local. Experiencias a partir de proyectos de investigación escolar*. En Fernández Equiza, Ana (Ed.), *Geografía: el desafío de construir territorios de inclusión* (pp. 977-990). Tandil, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Kay, Cristóbal
2009. "Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad?", *Revista Mexicana de Sociología*, 71 (4): 607-645.
- kirshenblatt-Gimblett, Barbara
1998. *Destination Culture*. California: Universidad de California.

- Lefebvre, Henri
[1969] 1978. *El derecho a la ciudad*. Barcelona; Provença.
- Lowenthal, David
1998. *El pasado es un país extraño*. Madrid, Akal.
- Massey, Doreen
1994. *Space, Place and Gender*. Minneapolis: University Press.
1995. "Places and theirs pasts", *History Workshop Journal*, 39: 182-192
- MINAGRO. Ministerio de Agroindustria
2016. *Red de turismo rural. Experiencias asociativas apoyadas por el INTA en el centro regional Buenos Aires Sur*. Buenos Aires: UCAR.
- Morosi, Julio, Beatriz, Amarilla Conti, Alfredo, Contin, Mabel
2008. "Estancias of Buenos Aires Province, Argentina: Rural Heritage, Sustainable Development and Tourism", *International Journal of Heritage Studies*, 14 (6): 589-594.
- Nates Cruz, Beatriz, y Raymond, Stéphanie
2007. *Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas*. Cuajimalpa, Anthropos.
- Navarro, Fernando y Schlüter, Regina
2010. "El turismo en los pueblos rurales de Argentina ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo?", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19: 909-929.
- Neal, Sarah y Agyeman, Julian
2006. *The new Countryside? Ethnicity, nation and exclusion in contemporary rural Britain*. Bristol: Bristol University Press.
- Nogué, Joan
1988. "El fenómeno neorrural", *Agricultura y Sociedad*, 47: 145-175.
2016. "El reencuentro con el lugar: nuevas ruralidades, nuevos paisajes y cambio de paradigma", *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62 (3): 489-502.
- Pérez, Edelmira
2001. "Hacia una nueva visión de lo rural". En: Giarracca, Norma (Ed.), *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* (pp. 17-31). Buenos Aires, CLACSO.
- Pérez Winter, Cecilia
2017a. "Ruralidad y turismo en dos "pueblos" de la provincia de Buenos Aires" En Norma Finelli, N y Cardoso, María (Eds.), *Temas de investigación y debate en la Ciencia Geográfica* (pp. 259-273). Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- 2017b. "Del turismo "cultural" al "rural": un caso de la Pampa bonaerense (Argentina)", *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26 (2): 261-278.
2018. *Patrimonio y procesos de patrimonialización de dos "pueblos" de la provincia de Buenos Aires (Argentina)*. Colección constelaciones. Buenos Aires: editorial de la Facultad de Filosofía y Letras/UBA (En prensa).
- Pérez Winter, Cecilia y Zusman, Perla
2014. "Touristification and cultural heritage in the Pampas. New ruralities and idyllic stories of rural areas in the province of Buenos Aires (Argentina)". En Dashper, Katherin (Ed.), *Rural Tourism: an international perspective* (pp. 303-319). Londres: Cambridge Scholars Publishing.
- Perkins, Harvey
2006. "Commodification: re-resourcing rural áreas". En Cloke, Paul, Marsden, Terry y Mooney Patrick (Eds.), *The handbook of rural studies* (pp. 22-43). Londres: Sage.
- Pinassi, Andrés y Schenkel, Natalia
2017. "El patrimonio cultural inmaterial en el espacio rural, como alternativa de desarrollo local en el Sudoeste bonaerense", *La Descommunal: Revista Iberoamericana de Patrimonio y Comunidad*, 198-212.
- Píriz, María, Ringuelet, Roberto y Valerio, María
2001. "Nuevas movilizaciones culturales rurales: la fiesta de "Santa Luisa Vive"", *Intersecciones en Antropología*, 2: 89-100.
- Prats, Lorenc
2004. *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.
- Ratier, Hugo
2009. *Pueblos rurales*. Buenos Aires: La Colmena.
- Roigé, Xavier y Frigolé, Joan. (Eds.)
2011. *Constructing Cultural and Natural Heritage. Parks, Museums and Rural Heritage*. Girona, Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural.

- Román, Florencia y Ciccolella, Mariana
2009. *Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Ruiz Urrestarazu, Eugenio
2001. "Patrimonio rural y políticas europeas", *Lurralde*, 24: 305-314.
SECTUR
2018. *Festejos Populares*. Subsecretaría de Turismo: La Plata.
- Teubal, Miguel
2008. "Soja y agronegocios en la Argentina: la crisis del modelo", *Laboratorio*, 10 (22): 5-7.
- Thuillier, Guy
2005. "El impacto socio-espacial de las urbanizaciones cerradas: el caso de la región metropolitana de Buenos Aires", *Eure*, XXXI: 5-20.
- Ukaegbu, Maureen, Carr, Neil y Tucker, Hazel
2017. "Tourism and cultural revitalisation: local perspectives", *Tourism Recreation Research*, 1-11.
- Velázquez Inoue, Fernando
2018. "La valorización turística del campo". En Castro, Hortensia y Arzeno, Mariano (Eds.), *Lo rural en definición. Aproximaciones y estrategias desde la geografía* (pp. 253-279). Buenos Aires: Paidós.
- Zusman, Perla y Pérez Winter, Cecilia
2018. "Las áreas rurales y el patrimonio histórico-cultura", En Castro, Hortensia y Arzeno, Mariano (Eds.), *Lo rural en definición. Aproximaciones y estrategias desde la geografía* (pp. 231-252). Buenos Aires: Paidós.

Notas

- ¹ La "activación" es el proceso mediante el cual se seleccionan, jerarquizan, ponen en valor, interpretan, exponen y protegen determinados elementos (e.g. objetos, inmuebles, estructuras, expresiones, lugares, etc.), para configurarlos como patrimonios y/o atractivos/destinos turísticos (Prats, 2004).
- ² Disponible en: <http://repo.turismo.gov.ar/handle/123456789/3836>.
- ³ Disponible en: https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135.
- ⁴ Es una expresión utilizada en el castellano/español rioplatense.
- ⁵ Se produjo en 1820, en el paraje que hoy se conoce como Puente Martín Fierro, en la cual facciones de Unitarios y Federales se enfrentaban por la legitimación de distintos modelos de organización del territorio nacional que estaba en proceso de conformación. Existe un monolito que indica y homenajea el hecho.
- ⁶ Es un municipio que se ubica entre CABA y Exaltación de la Cruz.
- ⁷ RAÍCES (2000) fue el primer programa de turismo rural implementado a nivel nacional por -en aquel momento- la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos en coordinación con la Secretaría de Turismo de Nación con el propósito de favorecer a los pequeños productores a organiza el turismo rural como una práctica socio-económico complementaria a sus ingresos ya existentes. Participaron de este programa, además de Azcuénaga, otros casos de provincia de Buenos Aires (Pipianes, 9 de Julio, La Niña).
- ⁸ Emerge a partir del loteo de 16 manzanas correspondientes a la estancia La Paloma perteneciente a una familia irlandesa Cunningham, para dar lugar a la instalación de la estación del ferrocarril.
- ⁹ La Asociación quedó conformada por 28 personas, entre ellos asesores, representantes de habitantes rurales de los 15 pueblos y parajes del distrito y dos funcionarios del municipio que pueden asistir y participar de las reuniones.

Recibido: 30/04/2018
Reenviado: 29/10/2018
Aceptado: 05/11/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos

A traditional South American mate gourd, known as a 'mate', is the central focus. It is a rounded, reddish-brown gourd with a long, curved metal straw (bombilla) inserted into the top. The gourd is decorated with a silver metal figure of a person in a dynamic, dancing pose. The gourd sits on a silver metal base with a floral pattern. The background is a light blue gradient.

Margarita Barretto (coord.)

**Turismo, reflexividad y
procesos de hibridación
cultural en América del
Sur austral**

Colección PASOS edita, nº 4

www.pasosonline.org

Interpretação do Patrimônio Natural para o Turismo: o caso do Parque da Ilha da Usina, Salto, São Paulo, Brasil.

Sidnei Raimundo* Antônio Carlos Sarti**

Reinaldo Tadeu Pacheco***

Universidade de São Paulo (Brasil)

Resumo: A visão de uma natureza intocada configurou a maneira como a sociedade criou áreas protegidas. As atividades de visitação nessas áreas reforçam essa visão e deixam de considerar possibilidades mais amplas das relações entre sociedade e natureza, pois a visitação se subordina aos objetivos de proteção do patrimônio e, com frequência, apresentam atividades ao público baseadas apenas numa abordagem conservacionista. Os objetivos do artigo foram revisar as visões para criação de áreas protegidas; analisar a visitação nessas áreas, considerando princípios da Interpretação Ambiental. E estruturar um roteiro de interpretação ambiental em uma trilha do Parque Natural Municipal da Ilha da Usina, no município de Salto. Foi realizado, além da revisão teórica, um inventário de locais e informações sobre os elementos relacionais ao longo da trilha. Os resultados indicam a importância de se observar princípios da Interpretação Ambiental na estruturação de roteiros de visitação e a necessidade de seu monitoramento constante.

Palavras-chave: Áreas Protegidas; Conservação da Natureza; Patrimônio Natural; Interpretação Ambiental; Uso Público; Parque Natural Municipal da Ilha da Usina-Salto (SP).

Interpretation of Natural Heritage for Tourism: the case of Ilha da Usina Park, Salto City, São Paulo, Brazil.

Abstract: The pristine vision of nature by West society was the main responsible by the creation of protected areas. The recreation activities in these areas reinforce this sense and not consider broader possibilities on society and nature relationship. The premises are the maintenance of heritage in a preservationist approach. This paper reviews this vision and discusses the outdoor recreation in protected areas, following principles of Environmental Interpretation. We present an environmental interpretation script in a trail of Ilha da Usina Natural Park, in Salto city, Brazil. An inventory of sites and information about the relational elements along the trail was carried out. The results indicate the importance of Environmental Interpretation principles in organizing recreation areas and the need for their constant monitoring.

Keywords: Protected Areas; Nature Conservation; Natural Heritage; Environmental Interpretation; Public Use; Ilha da Usina Natural Park, Salto, Brazil.

1. Introdução

A preocupação com a natureza e sua proteção aparece ao longo do século XIX, expressa pela criação de parques nacionais. Após a Segunda Guerra Mundial, e da destruição que ela deixou, notadamente na Europa, cresceu a preocupação com a preservação de bens criados pela sociedade e bens naturais como produtos da cultura de um determinado povo. Nessa linha, foi criada em 1945 e ratificada em 1946 a UNESCO, da qual o Brasil é um dos primeiros signatários. A UNESCO procura “Manter, aumentar e difundir conhecimento: assegurando a conservação e proteção do mundo, herança de livros, obras de arte e monumentos da história e ciência [...]” (UNESCO, 2018, artigo 1º, alínea C).

* Universidade de São Paulo (Brasil); E-mail: sraimundo@usp.br

** Universidade de São Paulo (Brasil); E-mail: acasarti@usp.br

*** Universidade de São Paulo (Brasil); E-mail: repacheco@usp.br

A criação da UNESCO e o fim da segunda guerra não frearam as transformações e descaracterizações socioambientais. Ao contrário, no período chamado de “30 anos gloriosos” (Hobsbawn, 1995), do pós-guerra até os anos 1970, ocorreu um crescimento econômico sem igual, com o PIB dos países ricos ficando em torno de 5% e não ocorrendo recessão expressiva (Jones, 2005), com o excedente de capitais sendo investido em urbanização e industrialização, junto com os novos aparelhos e serviços (Harvey, 2014), que caracterizou o “*American way of life*”.

Este modelo, que considerava os recursos naturais como infinitos e inesgotáveis, gerava externalidades (subprodutos) ligados à degradação socioambiental. Os estudos sobre o *smog* londrino de 1952 foram precursores como denúncia dos problemas ambientais resultantes da poluição industrial (Berridge; Taylor, 2005). O caso da poluição da baía de Minamata, no Japão, no final dos anos 1950, e dos agentes desfolhantes (Napalm) utilizados na guerra do Vietnã nos anos 1960, expuseram e reforçaram os descasos referentes às condições socioambientais. Com isso, o modelo de crescimento econômico e as contradições que ele continha, tais como desigualdades sociais, desmatamentos e poluição generalizada, fazem surgir a formação de um movimento ambientalista e científico, que se juntou aos movimentos criados desde o século XIX (McCormick, 1992; Boyd, 2004) e ressignificou a relação da sociedade com a natureza, reforçando a necessidade de sua proteção, mantendo a criação de áreas protegidas como principal instrumento da visão de proteção.

Nessa linha, as áreas protegidas como os Parques Nacionais têm como objetivo principal a proteção da natureza (Hauff, 2004; Terborg & van Schaik, 2002). Além deste objetivo primário, as áreas protegidas têm como objetivo propiciar lazer, recreação e educação ambiental para os visitantes (comunidade local e turistas), além de despertar uma consciência crítica para a necessidade de conservação dos recursos naturais (Robin, 1999; Takahashi, 2004). A ideia de patrimônio ambiental se materializa nesses dois objetivos: conservar a natureza ao mesmo tempo em que os abre para a visitação, ou seja, a ênfase se dá em atividades de educação ambiental e de lazer nessas áreas como parte das estratégias de conservação. Os parques constituem-se assim, em áreas importantes de patrimonialização da natureza, nas quais as atividades do programa de uso público (de visitação) podem atender aos amplos objetivos da educação não-formal, diversidade cultural, participação social, conciliando objetivos de conservação ambiental ao acesso às práticas de cultura e lazer como direito da população (Pacheco; Raimundo, 2015). Importante destacar que as áreas protegidas igualmente apresentam estruturas e atividades de uso público voltadas a estudantes, seja do ensino fundamental ou médio, seja do superior. Nesse sentido, funcionam também como locais para práticas da educação formal. Contudo, nesse artigo discute-se as possibilidades da educação não-formal e informal tendo com o objeto a interação de visitantes (turistas e residentes) que, em seu tempo disponível, buscam atividades no local.

Considerando essas informações, os objetivos desta pesquisa foram a) discutir as visões de conservação da natureza materializadas na criação de áreas protegidas; b) analisar as estratégias de visitação nessas áreas, representadas principalmente por instrumentos de Interpretação Ambiental; e c) numa fase empírica, propor um roteiro de Interpretação Ambiental para um parque natural municipal – o Parque da Ilha da Usina – no município de Salto, Estado de São Paulo, Brasil.

O Roteiro apresentado procurou contribuir com a proteção do patrimônio, à medida que relacionou as principais características socioculturais e naturais ao longo de uma trilha no bosque que predomina na paisagem do parque, por meio da instalação de placas interpretativas considerando os princípios de Interpretação Ambiental. Cabe destacar que, segundo os técnicos da prefeitura¹, o perfil do visitante esperado para o Parque da Ilha da Usina assemelha-se aos dos parques municipais vizinhos, como o da Rocha *Moutonneé* e das Lavras. Tais visitantes são oriundos da região, ou seja, principalmente do município de Salto, mas também em menor número dos vizinhos, como Itu, Indaiatuba, Capivari e Porto Feliz.

Os procedimentos metodológicos tiveram como etapas: a revisão e análise crítica de trabalhos sobre conservação e patrimonialização da natureza, assim como das técnicas de Interpretação Ambiental a fim de construir a base teórico-conceitual do sentido de conservação do patrimônio natural, e a elaboração de um inventário dos principais elementos interpretativos ao longo de uma trilha, com a análise das características naturais e dos usos socioculturais desses elementos. Em decorrência, se obteve a identificação dos locais mais adequados para instalação de placas interpretativas e a criação dessas placas relacionando fotos e textos baseados nos princípios da Interpretação Ambiental.

2. As áreas protegidas como instrumentos de patrimonialização da natureza

O entendimento da natureza a partir do final do século XVIII ganha novos contornos que vão resultar na ideia de patrimonialização da natureza como elemento da cultura ocidental. Nesse período, há uma significação sobre a natureza dentro do contexto do rápido processo de urbanização e industrialização

que os países centrais enfrentavam. O mito do paraíso perdido, construído como um dos mitos judaico-cristãos fundadores do mundo ocidental, reaparece como elemento qualificador e definidor de natureza e meio ambiente equilibrados. Bauman aponta que “o paraíso era um paraíso porque lá eles [Adão e Eva] podiam viver sem problemas: eles não tinham que fazer as escolhas das quais dependia sua felicidade (ou infelicidade)”. (Bauman, 2003, p. 14). Não existiam problemas no Jardim do Éden, momento mítico em que a natureza estava ao dispor, subordinada à sociedade (Corbin, 1989). Na Europa, o paraíso é representado, entre outros lugares, pelos Alpes. Em 1729, o poeta suíço Albrecht von Haller escreve um poema seminal do ponto de vista das mudanças de olhares sobre a natureza. Como aponta Sallas, “esse poema em que os Alpes aparecem como mundo intacto e inexplorado, tornou-se popular [...]. Descreve os habitantes dos Alpes como um povo alegre e espontâneo, correspondendo ao conceito dominante no século XVIII de retorno a natureza” (Sallas, 2013, p. 93).

Esse momento também ressignificou olhares anteriores. O imaginário medieval entendia as cidades e demais ambientes produzidos pelo Homem como espaços do sagrado e as florestas, praias, mares, montanhas, entre outras, como ambientes profanos. No dizer de Thomas (1988):

as montanhas em meados do século XVII eram odiadas como estereis ‘deformidades’, ‘verrugas’, ‘furúnculos’, ‘monstruosas excrescências’, ‘refugio da terra’, mas tinham se transformado depois, em objetos da mais elevada admiração estética. (Thomas, 1988, p. 307)

A chegada de espécies exóticas na Europa, oriundas do Novo Mundo contribuiu para essa mudança de visão da natureza. Os esforços para catalogar plantas e animais e as coleções em museus, jardins zoológicos e botânicos aumentaram o gosto do europeu acerca da natureza desconhecida e fizeram surgir as primeiras ideias a respeito de conservação de espécies (Thomas, 1988).

Com isso, o gosto pela natureza chega às artes e literatura. Estas “romantizaram o ambiente natural e os primeiros turistas foram atraídos para locais descritos por elas” (arte e literatura) (Meyer-Arendt, 2004, p. 476). Ao mesmo tempo em que avanços tecnológicos, como a estrada de ferro e os barcos a vapor, marcaram a era industrial e produziam impactos ambientais negativos, estes meios de transportes facilitaram a chegada de turistas em locais mais distantes e preservados. Meyer-Arendt (2004, p. 476) aponta que o vale do rio Hudson, nos EUA, “tornou-se o primeiro corredor turístico deste país e as Catskills² – onde o hotel *Mountain House* abriu em 1824 – o primeiro destino de ambiente natural para turistas urbanos”. Para Harari (2017) trata-se do mito do romantismo, que perdura até os presentes dias, representados nas formas do turismo atual. “O romantismo, que encoraja a variedade, casa perfeitamente com o consumismo. Esse casamento deu à luz o infinito “mercado de experiências” sobre a qual se ergueu a indústria do turismo moderna” (Harari, 2017, p. 124).

Assim, a partir do século XIX, a natureza passa a ser apreendida de maneira diferente pelo mundo ocidental, com a atribuição de valores e sentimentos até então não experimentados (pelo menos pelas classes mais abastadas) que vão resultar na ideia de sua conservação e patrimonialização, levando à criação das primeiras áreas protegidas. McCormik (1992) aponta que a criação dos primeiros Parques Nacionais nos Estados Unidos esteve associada a esse movimento de valorização da natureza, pois as cidades em industrialização e urbanização crescentes não podiam mais oferecer ambientes naturais salubres. E, mais que isso, nos EUA a criação desses parques obedeceu a uma visão da sociedade urbana, cujo objetivo era oferecer locais nos quais o cidadão pudesse, de tempos em tempos, admirar e reverenciar a natureza (Diegues, 1998). Os parques constituíram-se em elementos de identidade do povo estadunidense, à medida que era fator de diferenciação desta nação em relação aos países europeus, estes com suas paisagens há muito humanizadas³. No Brasil, no dizer de Bussolotti *et al.* (2008), tal fato também aconteceu.

Também no Brasil, os pensadores dos séculos XVIII e XIX não tratavam a “natureza”, de maneira geral, com base em sentimentos de simpatia pelo valor intrínseco, seja em sentido estético, ético ou espiritual, mas sim devido à sua importância para a construção nacional. Esse grupo tinha seu referencial teórico “profundamente enraizado no ideário iluminista herdado do século XVIII” (Bussolotti *et al.*, 2008, p. 90).

É com essa mudança na visão de natureza da sociedade de 200 anos atrás que surgem as primeiras ideias sobre patrimonialização da natureza configuradas na forma de áreas protegidas. Nos Estados Unidos do século XIX, pensadores como Aldo Leopold e John Muir lançaram as bases da conservação da natureza como a conhecemos presentemente. Essa visão idealizada na Europa, reforçada e tornada

referência nos EUA, com a ideia de proteger a vida selvagem (*wilderness*) ameaçada, segundo Diegues (1993), condicionou como se deveria protegê-la, afastando-a do homem. Seriam ilhas de natureza cercadas por outras formas de usos que degradavam o meio.

Constituiu-se num modelo que considerava a natureza “pura”, “intocada”, necessitando ser conservada, principalmente na forma de Parques Nacionais. A natureza teria um valor estético e simbólico para a sociedade com a permissão da visitação, reforçando os ideais românticos destacados por Thomas (1988) e Meyer-Arendt (2004), Harari (2017) entre outros.

No século XIX e mesmo ao longo do século XX, a criação de parques também estava atrelada, ou subordinada, ao sistema econômico vigente. Boyd (2004) argumenta com razão, que os locais destinados à criação de parques eram aqueles que não tinham valor comercial. Tanto o primeiro parque criado nos EUA – Yellowstone, assim como o de Yosemite, na Califórnia - tinham características excepcionais da natureza, para sua valorização estética e cultural, mas ao mesmo tempo, elementos que limitavam a ocupação para atividades econômicas: gêiseres, lagos de enxofre, penhascos íngremes de granito, daí o raciocínio de que não tinham valor comercial (Boyd, 2004). Na mesma linha, pode-se dizer que o primeiro parque nacional criado no Brasil obedeceu a essa lógica. Este parque foi o Parque Nacional de Itatiaia, criado em 1937, nas encostas íngremes da Serra da Mantiqueira, nas divisas do Estado do Rio de Janeiro com Minas Gerais. Isso porque, as paisagens do *graben* do Rio Paraíba já estavam todas alteradas pelas plantações de café e, posteriormente pelas pastagens e culturas anuais. Remanesciam florestas bem conservadas nas encostas da Serra da Mantiqueira, sem grandes interesses econômicos, que justificavam, nessa lógica, a criação do Parque. Além disso, o novo parque distava 180 km da principal cidade brasileira a época (Rio de Janeiro), com a integração entre a cidade e o parque tonando-se cada vez mais intensa, já nos anos 1940 e com a inauguração da Rodovia Presidente Dutra, em 1951⁴. Assim, a sociedade que vivia em centros urbanos, como o Rio de Janeiro, podia de tempos em tempos viajar para Itatiaia a fim de reencontrar a natureza perdida nas cidades e protegida pelo parque.

Como visto, no Brasil, a discussão sobre áreas protegidas é contemporânea da discussão nos EUA e Europa, também remontando ao início do século XIX, a partir de problemas relacionados ao crescimento das cidades, aos referenciais de construção da nação e de locais com baixo aproveitamento econômico. Em 1861, com o objetivo de garantir a qualidade da água no Rio de Janeiro, D. Pedro II^o convocou o botânico Major Manuel Gomes Archer para reflorestar as matas ciliares do Maciço da Tijuca, na então periferia da cidade. Cem anos depois, em 1961, com a paisagem contendo uma floresta regenerada, foi criado o Parque Nacional da Tijuca, uma das áreas protegidas mais visitadas do Brasil atualmente (Santos, 2004) e que se configura como uma “paisagem cultural”, atestada pela natureza representada pela floresta atlântica e as construções e obras da sociedade, notadamente a estátua do Cristo Redentor. Paisagens culturais, segundo a UNESCO (1999)

representam o trabalho combinado da natureza e do Homem [...] elas são ilustrativas da evolução da sociedade e dos assentamentos humanos ao longo do tempo, sob influência das determinantes físicas e/ou oportunidades apresentadas por seu ambiente natural e das sucessivas forças sociais, econômicas e culturais, tanto internas, quanto externas (UNESCO, 1999, apud Castriota, 2009, p. 261).

Nesse bojo, a legislação ambiental brasileira sobre proteção da natureza se aprimora. Destaca-se a implementação do Serviço Florestal em 1926, para produção de mudas para reflorestamento, estudos biológicos das essências e da flora; o Decreto Federal nº 23.793/1934, que aprova o primeiro Código Florestal do país, que já previa a figura dos Parques Nacionais; a Lei Federal nº 4.771/1965, que institui o Código Florestal e prevê a criação de Parques, Reservas Biológicas e Florestas; a Lei Federal nº 6.902/1981, que dispõe sobre a criação de Estações Ecológicas e Áreas de Proteção Ambiental; a Lei Federal nº 6.938/1981, que institui a Política Nacional do Meio Ambiente e prevê a criação de Áreas de Proteção Ambiental, Áreas de Relevante Interesse Ecológico e Reservas Extrativistas (Guatura, 2000). Em julho de 2000 foi sancionada a Lei Federal nº 9.985, que instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC. Seu objetivo foi consolidar todos os atos normativos referentes às áreas protegidas no Brasil, bem como modernizar a gestão e o manejo dessas áreas do país (São Paulo, 2009).

A concepção deste modelo de proteção, traduzida pelos parques com natureza “pura” ou “intocada” gerou uma percepção e motivação pelo visitante focada predominantemente nessas características. Essa abordagem leva a um reducionismo das possibilidades de interação do público com o parque ou área protegida. É comum observar os centros de visitantes desses locais carregados de informações sobre as características naturais, mas sem uma abordagem relacional (integrada) entre tais características

naturais: água, relevo, solo, flora e fauna, limitadas a uma visão centrada em um desses aspectos. Mais que isso, as informações também não apresentam uma conexão da natureza protegida pelo parque com a região onde se insere, em suas características socioeconômicas e/ou nas relações com o público em geral. Sansolo *et al.* (2016), estudando os elementos que compõem o acervo dos Centros de Visitantes de três áreas do Parque Estadual da Serra do Mar, no Estado de São Paulo, indicam a carência destes elementos relacionais (entre aspectos da natureza e destes com a sociedade) o que dificulta ou torna inadequada a apreensão e experiência de visitação. Pelicioni; Toledo (2010) reforçam essas constatações, quando apontam,

Atividades [...] com finalidades turísticas ou educativas, estão crescendo e se diversificando a cada dia, e muitos programas de educação ambiental desenvolvidos em áreas naturais têm [priorizado] a transmissão de conteúdo de ecologia, ciências e biologia, enfatizando apenas o ‘conservacionismo’. Além disso, por não exigirem grandes investimentos econômicos, essas atividades acabam sendo realizadas corriqueiramente também em espaços urbanos de lazer, em finais de semana ou feriados e, na maioria das vezes, por pessoas sem nenhum preparo na área ambiental (Pelicioni; Toledo, 2010, p. 304).

Para mudança desse quadro, baseado na formação de uma consciência crítica e criativa dos visitantes em um parque, discute-se a Interpretação Ambiental como estratégia mais utilizada pela gestão da visitação em áreas protegidas, por se relacionar tanto com atividades de ecoturismo como com as atividades que envolvem a educação ambiental. A forma como é desenvolvida pode atuar diretamente na formação de uma consciência crítica, trabalhando diretamente com a qualidade da experiência do visitante, sendo comumente utilizados meios como estruturas de placas interpretativas, centro de visitantes e monitores ou guias para o desenvolvimento de práticas transformadoras.

Os atrativos das áreas protegidas devem ser estruturados como núcleos de visitação pública, que, de acordo com o Sistema de Unidades de Conservação (SNUC), tem como objetivo “favorecer condições e promover a educação e interpretação ambiental, a recreação em contato com a natureza e o turismo ecológico” (Alínea XII, artigo 4º do SNUC)⁶.

A seguir, destacam-se os princípios e diretrizes da Interpretação Ambiental como técnica voltada à mudança de atitudes de visitantes, despertando-lhes uma consciência mais crítica com relação ao Patrimônio Natural visitado.

3. Patrimônio Natural e Interpretação Ambiental para o visitante.

A Interpretação Ambiental busca o contato direto com um ambiente ‘natural’ que possibilite ao indivíduo uma oportunidade para desenvolver sua percepção ambiental e assimilar conhecimentos. Essa técnica tem um foco sobre as dimensões da experiência do visitante e considera que ele não está preocupado apenas com a observação de um cenário ou objeto, mas também com a sensação e percepção de alguma coisa e do seu valor (Wearing; Neil, 2009). Para estimular os sentimentos e percepções, a Interpretação Ambiental constitui-se em atividades de alta relevância na transformação dos conhecimentos, valores e atitudes em direção a um comportamento pró-ambiental (Neiman, 2007). Segundo esse autor, a Interpretação Ambiental baseada na experiência proporciona ao indivíduo a vivência na natureza e compreende um conjunto de elementos que vão das experiências interpretadas e representadas de forma particular, individual ou grupal, expressas por sensações, pensamentos e sentimentos variados. O Ministério do Turismo do Brasil definiu a Interpretação Ambiental como

Uma maneira de representar a linguagem da natureza, os processos naturais, a inter-relação entre homem e a natureza, de maneira que os visitantes possam compreender e valorizar o ambiente e a cultura local (Brasil, 2006).

Assim, pressupõe-se que a Interpretação Ambiental permite uma reflexão mais ampla por parte do visitante, não só sobre os aspectos da natureza, mas também sociais, culturais e econômicos no qual o local visitado se insere. Com isso, o papel do guia (ou intérprete da natureza) é fundamental, sendo ele

entendido não apenas como intérprete passivo da dinâmica natural mas, também como um agente engajado, capaz de incentivar a reflexão [...]. O visitante e o turista precisariam também ser repensados como sujeitos políticos no seu ambiente de origem e não apenas como atores passivos no processo (Botelho *et al.*, 2015, p. 193).

Contudo, nem sempre é possível a presença de guias capacitados. Em alguns locais, devido ao fluxo intenso de visitantes, a Interpretação Ambiental se utiliza de recursos mais “impessoais” como placas interpretativas, notadamente em trilhas autoguiadas. Estas são “trilhas que podem ser realizadas pelos visitantes sem o acompanhamento de condutores. Para tanto, podem ter pontos de parada pré-determinados nos quais, juntamente com painéis, guias de campo ou folders, estão disponíveis as informações” (Moreira, 2014, p. 92). Nessa linha, Pellin, Scheffler, Fernandes (2010) destacam as vantagens de placas interpretativas em trilhas autoguiadas, como

atender maior número de visitantes; possibilidade de disponibilizar permanentemente a informação, todos os dias e a qualquer hora, não necessitando de um guia intérprete; fornecer mais autonomia ao visitante, respeitando seu próprio ritmo; e que ainda essa estratégia não impede a participação de um guia, que poderá utilizar as informações disponíveis como base para seu trabalho de interpretação e condução dos visitantes (Pellin, Scheffler, Fernandes, 2010, p. 15)

E, complementando, Mafra (2010) indica,

A sinalização, através de placas e painéis, é a forma mais comum de interpretação. Em geral, apresenta textos complementados por ilustrações como desenhos, mapas e fotografias que facilitam o entendimento e deixam a experiência mais agradável. A função dessa sinalização é atrair o visitante para detalhes, aprimorar seu olhar e instigá-lo a descobrir mais informações. Normalmente implantadas ao longo de um roteiro de visitação, as placas servem para reforçar o tema central do percurso, além de auxiliarem o usuário a se localizar e orientar (Mafra, 2010, p. 318).

Porém, e reforçando o que se discutiu no capítulo anterior, é comum tais placas serem confeccionadas com informações interpretativas de forma descontextualizada, muitas delas apenas com a identificação de uma espécie (normalmente da flora) e seu nome científico, como indicado na figura 1.

Figura 1: Placa numa trilha do Parque Estadual da Cantareira, cidade de São Paulo.



É necessário ir além da visão “meramente conservacionista”, ou fragmentada do exemplo da placa da figura 1, e procurar abarcar a diversidade de assuntos do local. Este exemplo trata-se de uma placa de sinalização da espécie e não uma placa de interpretação e, portanto, não permite perceber as múltiplas interações dessa árvore (cedro rosa) com as demais variáveis socioambientais, tampouco cativa a atenção do visitante.

A ênfase deve se dar nas questões relacionais entre o ambiente e o visitante. No dizer de Tilden (2007), em sua obra seminal ,

Qualquer interpretação que não faça, de algum modo, relação com o que está sendo mostrado ou descrito com alguma coisa íntima da personalidade ou experiência do visitante, será estéril... [e]... o objetivo fundamental da interpretação não é a instrução, mas a aprovação, despertando curiosidade, dando mais ênfase no que parece insignificante (Tilden, 2007, p. 09).

Não se trata de desconsiderar a “instrução” ou o conhecimento sobre a área, mas tratá-la de maneira distinta. Ao invés de privilegiar a informação como em uma palestra ou aula no local visitado, o visitante antes deve ser sensibilizado a partir de outros sentimentos ou percepções. Isso porque, a “informação, como tal, não é interpretação, mas sim é a revelação baseada no uso de informação. Mas são coisas totalmente diferentes. Entretanto, toda interpretação inclui informação” (Tilden, 2007, p. 10).

A placa indicada pela figura 1 é uma placa de sinalização e como apontam Alves; Laranja; Raimundo (2014, p. 772) no Parque Estadual da Cantareira

“[...] é constante o encontro de placas que contém informações interpretativas de forma biocêntrica, muitas delas apenas com a identificação da espécie (normalmente da flora) e seu nome científico. Essa forma, comumente utilizada em UCs, expõe informações de uma maneira não cativante ao olhar do visitante.”

Nesse sentido, a Interpretação Ambiental precisa considerar os outros elementos que se relacionam com esta árvore. No dizer de Tilden (2007) trata-se de representar o fenômeno em sua totalidade, ou seja, a “Interpretação deve visar apresentar uma informação em sua totalidade ao invés de uma parte isolada e deve ser apresentada para a pessoa como um todo, mais do que apenas duas facetas” (Tilden, 2007, p. 10). A interpretação é, portanto, uma “experiência de primeira mão, com uso de objetos originais [no caso deste trabalho, as placas interpretativas], que despertam o interesse e não a informação efetiva” (p. 33).

Ham (1992) apresenta algumas características para a estruturação de um roteiro de interpretação ambiental. Para ele, a interpretação ambiental deve ser:

Amena: Apesar do entretenimento não ser a principal meta da interpretação, é uma de suas qualidades essenciais, no sentido de manter a atenção do visitante. O que se sobressai em toda interpretação excitante é ser informal e não formal como em sala de aula⁸.

Pertinente: A informação tem significado e é personalizada. Sendo significativa, temos capacidade de relacioná-la com o contexto que conhecemos e, assim, também sendo personalizada encontrando uma forma de vincular a informação transmitida com algo que o visitante conhece bem ou com algo pelo qual se interesse.

Organizada: as ideias apresentadas dentro de um roteiro interpretativo devem seguir uma sequência lógica de pensamento. Como resultado, a informação apresentada é muito mais fácil de seguir, sendo possível apresentá-la em categorias e, por consequência, não parecer tão volumosa.

Temática: A interpretação deve ter um tema como ponto principal. Os temas ajudam os intérpretes a selecionar dentro da riqueza de seu conhecimento, os poucos eixos e conceitos que colocarão em sua apresentação.

Adaptado de Ham (1992, pp 10-35)

Admitindo-se essas informações, o patrimônio natural contido numa área protegida deve ser entendido como uma construção da sociedade e natureza. Trata-se também de um campo do conhecimento relativamente recente, que aborda essa relação entre sociedade e natureza nominando-a como “etno-bio-diversidade” ou “socio-bio-diversidade” (Possey, 1999, Diegues, 2000; Pretty, 2002). Trata-se de valorizar a paisagem cultural contida nas áreas protegidas, e entendendo-a como a

riqueza da natureza, da qual participam os humanos, nomeando-a, classificando-a, domesticando-a [e considerar] o papel da natureza no sistema de crenças e a adaptação do homem a determinados ambientes, enfatizando as categorias e conceitos cognitivos utilizados pelos povos em estudo (Diegues, 2000, p. 18-19).

Assim, um roteiro de Interpretação Ambiental deve orientar-se por um conjunto de visões sobre essas relações. O quadro 1 apresenta as principais visões de natureza dentro de três tradições (Utilitarista, Ambientalista e Culturalista). Nessas duas últimas visões, ou tradições, podem-se desenvolver com

maior propriedade os princípios da Interpretação, como apresentar o fenômeno em sua totalidade, buscando as várias formas da relação sociedade e natureza, ou seja, a natural, a social, a cultural, a econômica, entre outras possíveis abordagens.

Quadro 1: Tradições (visões) da relação entre a sociedade e a natureza no mundo ocidental.

Tradição Utilitarista	<ul style="list-style-type: none"> · Alimentos para o homem e animais · Forragem (animais de tração e domesticados) · Combustível (lenha para cocção) · Abrigo (vestuário, construção civil) · Ornamentação (embelezamento de ruas, praças, parques, jardins, quintais e outros espaços públicos e privados) · Temperos, produtos medicinais, ritualísticos e outros produtos não-madeireiros 	Para quem serve
Tradição Ambientalista	<ul style="list-style-type: none"> · Paisagismo (harmonização entre aspectos estéticos e serviços ambientais) · Biodiversidade (atração e manutenção de aves, insetos, anfíbios, répteis, mamíferos e ictiofauna) · Energia (economia proporcionada aos sistemas de ar condicionado e calefação, controle das disfunções do albedo) · Bioindicadores (capacidade de reação a determinados poluentes do ar, produção de pólen) · Assimilação de poluentes (retenção de partículas, metabolismo e fixação no solo) · Combate/controle de processos erosivos (atenuante de impacto das chuvas, redução da velocidade de escoamento) · Proteção e perenização de fontes de água (garantia da qualidade das nascentes e margens de cursos d'água) · Compostagem (reintrodução de nutrientes no solo) 	Para quem serve + Serviços ambientais
Tradição Culturalista	<ul style="list-style-type: none"> · Educacional (fonte de informação, simbolismo, trilhas de interpretação, educação ambiental) · Pobreza (pertencimento, demarcação de territórios, acessibilidade, amenização do sentimento de marginalidade, prevenção de riscos) · Estética (novos significados associados à vegetação, longevidade, contraste com edifícios, quebra do mito da natureza controlada) · Acolhimento (sensação de hospitalidade ou agressividade, desenvolvimento do turismo urbano, topofilia ou topofobia, revitalização de espaços urbanos degradados, saúde pública) · Economia criativa (ressignificação dos resíduos) 	Para quem serve + Serviços ambientais + Significados

Baseado em Sarti (2009)

A seguir, é apresentada a fase empírica deste artigo, na qual os princípios de Interpretação Ambiental são aplicados às características de uma trilha no Parque da Ilha da Usina, localizado no município de Salto, no Estado de São Paulo.

4. A interpretação do Patrimônio Natural no Parque Municipal Natural da Ilha da Usina, Salto (SP)

O parque da Ilha da Usina situa-se em uma ilha artificial que foi formada pela construção de um canal em um meandro encaixado do rio Tietê, no município de Salto, distante cerca de 110 km da capital paulista (vide figura 2). Este canal foi construído para alimentar a hidrelétrica de Porto Góes no final dos anos 1920, sendo que a usina hidrelétrica começou a operar em 1928⁹. A ilha formada, com dimensão de 7,4 hectares e localizada em terreno da EMAE¹⁰ (Empresa Metropolitana de Águas e Energia S.A.), isolou a área e permitiu que a vegetação remanescente se recuperasse e atingisse presentemente

estágios de inicial a médio de sucessão florestal, cujas características estão indicadas no Quadro 2. Nesse sentido, a vegetação da ilha não possui mais que 80 anos. Provavelmente, ocorreu corte raso ou seletivo da floresta pré-existente à época de abertura do canal da EMAE e desde então ela se regenera.

Figura 2: Localização do Parque Natural Municipal da Ilha da Usina, no município de Salto



Fonte: adaptado de: <https://www.google.com.br/maps/@-23.2087527,-47.2990596,1068m/data=!3m1!1e3>

Embora recente e de baixa diversidade do ponto de vista da sucessão, trata-se de um dos mais importantes remanescentes de floresta atlântica do município de Salto e a criação do parque atesta a necessidade de proteção do patrimônio natural em uma região do estado de São Paulo dominada por paisagens alteradas. O município de Salto localiza-se numa área de transição entre terrenos acidentados (Planalto Atlântico) e áreas mais planas (Depressão Periférica), que resultou numa floresta de transição, com empobrecimento estrutural de espécies, em função dos menores índices pluviométricos, condicionadas a solos pobres e muito erodidos (KRONKA *et al.*, 2005). Os remanescentes florestais da região encontram-se, sobretudo, recobrendo a Serra do Japi, nos municípios de Cabreúva e Jundiá, vizinhos a norte e oeste do município de Salto.

A vegetação original do Estado de São Paulo era muito diversificada, destacando-se a Floresta Ombrófila Densa (conhecida como Mata Atlântica), que ocorre no domínio da Serra do Mar e estendia-se

para o Planalto Paulista, apresentando fisionomias variadas de florestas mesófilas e semidecíduas, como as encontradas na Serra do Japi (Raimundo, 2006, p. 20)

A vegetação remanescente no Parque da Ilha da Usina em Salto ganha importância pela condição de raridade (remanescente) e também por ser testemunho de flutuações paleoclimáticas do passado recente da Terra (período Quaternário), indicadas por floresta entremeada a espécies adaptadas a climas secos, como o mandacaru (*Cereus jamacaru*) e outras cactáceas.

Quadro 2: Características dos estágios sucessionais da Floresta Atlântica no Parque da Ilha da Usina, em Salto (SP).

Classe de Informação	Descrição
Estágio Inicial (EI)	Áreas com cobertura vegetal, formando dossel arbóreo contínuo, de pequeno porte, com baixa diversidade florística e predomínio de espécies pioneiras. Geralmente apresenta infestação de cipós. Na área de estudo, domina todas as franjas das formações da Ilha (efeito de borda), como indicado no ponto 1 da trilha interpretativa e alguns setores do interior da formação, onde há clareiras pela queda de árvores maiores e a presença de cactáceas, como apresentado no ponto 4 da trilha interpretativa.
Estágio Médio (EM)	Áreas com cobertura vegetal arbórea de porte mais desenvolvido, onde já sobressaem algumas árvores dominantes ou emergentes. Há maior diversidade de espécies arbóreas, em relação ao estágio inicial. Na área de estudo, domina o interior da floresta, com destaque para espécimes de jacarandá-bico-de-pato (<i>Machaerium hirtum</i> (Vell.) Stelf.), indicado no ponto 2 e angico (<i>Anadenanthera falcata</i> (Benth. Speg), no ponto 5 da trilha interpretativa.
Estágio Avançado / Clímax (EA)	Áreas com cobertura vegetal arbórea muito desenvolvida. Destacam-se, principalmente, as árvores de grande porte, a nítida diferenciação de extratos verticais e a elevada diversidade de espécies arbóreas. Não há indicação desse estágio na área de estudo.

Fonte: adaptado de Lana *et al.* (2010, p. 735)

Assim, elaborou-se um roteiro de Interpretação Ambiental embasado em 6 (seis) pontos de interpretação ao longo de uma trilha suspensa por troncos de eucaliptos, conforme indicado no quadro 3. Optou-se, no desenvolvimento de uma temática relacionada às características da floresta do Parque da Ilha da Usina, por sua dinâmica natural e de usos culturais, procurando relacionar pelo menos duas tradições da relação sociedade e natureza (tradições Utilitarista, Ambientalista e Culturalista, indicadas no quadro 1). A abordagem temática procurou destacar essas características em seu dinamismo ao longo do tempo, com a indicação de flutuações climáticas pretéritas, como marcas do último período glacial, que são observáveis na fisionomia atual dos ambientes da ilha, característica essa que também permitiu considerar a transição entre ambientes florestais e abertos (cerrado), expressos por algumas espécies indicadoras que ocorrem na área.

Os seis pontos de interpretação procuraram obedecer a uma sequência organizada, pois ao mesmo tempo em que apresentava as características da área em questão, o fazia de uma maneira sequencial dividida em categorias (Ham, 1992), a fim de não tornar a informação tão volumosa.

Nesse sentido, as informações das placas procuraram ser pertinentes, na medida em que relacionavam as características das plantas ou do ambiente como um todo ao universo material e simbólico dos visitantes. Tais referências se expressam, nos textos das placas, pela apresentação do uso medicinal ou culinário ou cosmético, entre outros aspectos, das plantas ao longo da trilha. Com isso, os textos das placas procuravam relacionar as características apresentadas com algo da personalidade ou experiência dos visitantes (Tilden, 2007), vinculando a informação transmitida com algo que seja de interesse ou do conhecimento desses visitantes (Ham, 1992).

A criação do roteiro de interpretação obedecendo a essa estrutura temática, organizada e pertinente, permite que os visitantes possam refletir sobre o ambiente visitado, mas de uma maneira não-formal. Com isso, o grande objetivo de um programa de uso público de uma área protegida pode ser alcançado, ou seja, despertar uma consciência crítica para a necessidade de conservação dos recursos naturais. Mas, mais que isso, uma consciência crítica sobre seu papel (do visitante) no mundo. É claro que um roteiro de Interpretação Ambiental como o ora apresentado neste artigo, não conseguirá, sozinho, dar conta deste imenso objetivo, mas é uma contribuição, com a discussão de relações a partir das características do local visitado. À medida que outros roteiros no município e na região possam ser estruturados sob as mesmas premissas da Interpretação aqui abordadas, uma ampliação dos sentidos e entendimentos da relação sociedade e natureza na região irão se consolidando e ampliando a visão crítica e criativa dos visitantes.

Portanto, tais princípios não podem deixar de ser considerados num roteiro de interpretação. Os meios, como placas interpretativas, folhetos, entre outros materiais gráficos, estão subordinados a esses princípios e não o contrário. Isso vale para os avanços das tecnologias da informação, como o uso de *smartphones* com leitura de código de barras ou “*QR-Codes*” ou RFID (Identificação por Rádio Frequência), que podem relacionar um banco de dados a esses códigos localizados em árvores ou outros objetos ao longo de um roteiro. As informações podem despertar o deslumbramento da tecnologia, mas ao final do roteiro, este pode apresentar problemas, por não ter sido cativante, ameno, pertinente, organizado e temático. E, assim, roteiros que não consideram os princípios, pouco contribuem para mudanças de atitudes e comportamentos em relação aos objetivos mais profundos de um programa de uso público de uma área protegida que é o entendimento das várias relações existentes entre a sociedade e a natureza.

Quadro 3: Pontos e textos da interpretação na trilha suspensa do Parque da Ilha da Usina

Ponto	Título / Informação	Texto da interpretação
1	A floresta da Ilha (Vide figura 3, do Apêndice)	A mata presente no Parque Natural da Ilha da Usina é secundária. Isso significa que a floresta anteriormente existente no local foi retirada, mas, com a abertura do canal da Usina de Porto Góes, recuperou-se ao longo dos quase 90 anos de isolamento. Deste ponto em que você está, é possível avistar muitas lianas, que são plantas trepadeiras, como o cipó, uma das peculiaridades desse tipo de mata. As trepadeiras podem levar à morte das árvores, por subnutrição, por exemplo. Elas estão sempre nas bordas de uma floresta.
2	Competição e Cooperação (Vide figura 4, do Apêndice)	Na floresta tropical há muita competição, mas também há muita colaboração. Aqui você vê um exemplar de jacarandá-bico-de-pato (<i>Machaerium hirtum</i> (Vell.) Stehlf.). Ele suporta em sua casca rugosa líquens e musgos, bromélias e orquídeas, que não são parasitas, só se agarram aos troncos das árvores. Destaca-se a orquídea baunilha (<i>Vanilla planifolia</i>). Dessa orquídea se extrai a baunilha, usada para dar sabor a alimentos. Há o uso também na fabricação de perfumes, shampoos e sabonetes. Ao lado do jacarandá há um cambuí (<i>Mirciaria tenella</i> (DC.) Berg). Veja que em seu tronco não há plantas agarradas. Isso acontece porque sua casca se desprende periodicamente, à medida que a planta cresce.
3	O uso cultural da floresta (Vide figura 5, do Apêndice)	Nesse ponto você observa um araçá-cagão (<i>Psidium rufum</i> DC.). Sabe por que ele tem esse nome? Por suas propriedades laxativas. De suas folhas os “antigos” faziam chás devido ao seu poder laxante. A espécie é usada na arborização urbana, pois como tem um porte menor, pode ficar embaixo da fiação.

4	Cactos na floresta? (Vide figura 6, do Apêndice)	Aqui você observa uma touceira de mandacaru (<i>Cereus jamacaru</i>). Ele não exige muita água e ocorre em solos rasos, pobres e pedregosos. A presença de cactos na floresta tem uma explicação científica chamada “Teoria dos Refúgios Florestais”. Na última glaciação (20.000 anos atrás) o clima do sudeste brasileiro ficou mais frio, mas muito mais seco, expandindo as áreas de ambientes secos (como a de cactos). Quando o clima tropical retornou, por volta de 12.000 anos atrás, a vegetação seca recuou e as florestas se expandiram. Mas algumas áreas viraram refúgios (testemunhos) desse período seco.
5	As contribuições das plantas (Vide figura 7, do Apêndice)	Aqui você observa dois casos distintos de interação. 1) Mais próximo da passarela, você pode observar os líquens, com seus tons mais avermelhados. Eles são considerados indicadores da qualidade do ar. Quanto mais tom de vermelho, mais “puro” é o ar; quanto mais para o cinza, “menos” puro. Mas como eles estão aqui tão próximos da água poluída do Tietê? A melhor resposta é que, por estar em região mais central da mata, as folhas das árvores filtram e diminuem os efeitos nocivos da poluição o rio Tietê. 2) Mais ao fundo na floresta, há um tronco de maior diâmetro. É um angico (<i>Anadenanthera falcata</i> (Benth. Speg), uma árvore pioneira, indicando que se trata de vegetação secundária. A casca dos angicos é rica em propriedades medicinais que podem ser utilizadas no tratamento de tosses, coqueluche, doenças sexuais, problemas uterinos, contusões, reumatismo, proteção ao fígado e depuração. Os “antigos” não tinham dúvida: sua casca é um santo remédio tradicional.
6	Mata de Transição (Vide figura 8, do Apêndice)	Salto se localiza na transição entre floresta e cerrado. O Parque da Ilha nos mostra isso! As bordas de ambientes naturais nunca são nítidas. As espécies podem se interpenetrar, formando áreas de transição entre um ambiente seco e outro úmido. Nesse ponto você observa o tronco majestoso de um Amendoim-do-campo (<i>Platypodium elegans</i> Vog.). É uma árvore bastante abundante na mata do Parque da Ilha, é característica do cerrado e de áreas bem drenadas, de transição entre o cerrado e a floresta. De suas sementes se extraem lectinas de propriedades termicida e fungicida. Os “antigos” não usavam defensivos agrícolas sintéticos em suas plantações. Trituravam as sementes, aspergindo-as com água sobre suas culturas.

2. Conclusões

A natureza e as questões ambientais foram e são ressignificadas pela sociedade ocidental. Ao longo dos últimos 200 ou 300 anos o mito do paraíso perdido e os ideais românticos de conservação de uma natureza prístina e intocada foram as bases para a criação de áreas protegidas ao redor do mundo. Estas, presentemente, são tidas como os principais instrumentos de conservação do Patrimônio.

Nessa linha, a visitação a essas áreas protegidas se configurará como importante objetivo de sua existência, tão importante quanto o próprio patrimônio natural que elas procuram proteger. A herança naturalista, ou conservacionista, de uma área protegida embasou as formas como a natureza deveria ser transmitida ao visitante. E isso se configurou (e ainda se configura) como um problema, pois o enfoque dos programas de uso público (de visitação) acaba se estruturando numa visão reducionista da natureza. Quer dizer, sem relação entre os próprios elementos da natureza, focalizando apenas um desses elementos, normalmente compostos pelas características da flora ou da fauna, sem considerar uma análise integrada entre estes elementos. Mais problemático ainda é que a natureza, com frequência, nestes programas, não é associada ao uso e sentidos que a sociedade faz dela. Sentidos e ações que no presente artigo foram destacados em três abordagens ou tradições: utilitarista, ambientalista e culturalista.

Tais visões não devem ser excludentes, mas numa atividade de visitação, devem ser pensadas em suas complementações. Em suma, o que se coloca é que uma abordagem relacional deve ser explorada no desenvolvimento de atividades de visitação a uma área protegida. Atividades que discutam a relação entre os elementos da natureza, numa análise integrada, e entre estes e a sociedade.

Os desafios, portanto, são imensos para atingir essa abordagem relacional. Recortes precisam ser realizados, pois é impossível esgotar as miríades de relações da sociedade com a natureza em uma região. É nessa linha que a Interpretação Ambiental se apresenta. Como uma técnica de desenvolvimento de atividades junto aos visitantes de um parque ou área protegida, ela permite uma reflexão mais ampla destes visitantes não só sobre os aspectos da natureza, mas também sociais, culturais e econômicos, entre outros, no qual o local visitado se insere.

Para que isso ocorra de maneira mais satisfatória, os princípios da Interpretação Ambiental não podem ser esquecidos, ou seja, que uma atividade de visitação a essas áreas seja amena (mas não acrítica), pertinente, organizada e temática. Seja qual for o meio escolhido para se embasar o roteiro de interpretação, todos eles devem se subordinar a tais princípios. Isso porque pode-se ter um esforço muito grande na construção de materiais gráficos, ou mesmo com o uso de tecnologias de última geração mas, no final do roteiro, se não observados aqueles princípios, ele pode não cumprir os objetivos maiores, quais sejam, dar ao visitante a oportunidade de reflexão sobre o mundo, a partir de elementos que lhe são apresentados numa visita a uma área protegida.

O Parque da Ilha da Usina, em Salto, é um fragmento florestal que remanesceu em uma região muito alterada e por isso é universo limitado de relações naturais, socioculturais e econômicas. Mas, nesse universo, oferece uma oportunidade para essa reflexão das relações. Nesse sentido, o roteiro apresentado neste artigo destacou, em pontos cuidadosamente localizados, as relações das características da natureza e dela com a sociedade em cada um dos 6 ambientes do roteiro, explicitados em placas de interpretação. Trata-se de uma primeira aproximação, pois as placas não dão conta de abordar as várias possibilidades da relação sociedade e natureza. Outros meios devem ser estruturados no futuro em complementação às placas, como capacitação de monitores, ou mesmo uso de tecnologias mais recentes. Mais que isso, não só ampliar as diversidades de meios no Parque da Ilha da Usina, mas ampliar os meios de interpretação nos outros parques do município e região. Mas a diversidade de meios de interpretação e a ampliação para outras áreas protegidas devem, como apontado, sempre estar sob a condição dos princípios da Interpretação Ambiental.

Assim, o parque, que foi inaugurado em março de 2018, ainda precisa fazer, futuramente, uma avaliação deste roteiro. Portanto, desde já, recomenda-se o monitoramento da visitação à área, verificando se as placas implantadas estão cumprindo os objetivos de um programa de uso público. E, a partir deste monitoramento, rever, caso necessário, as próprias placas, ao mesmo tempo em que se amplia os demais meios de interpretação. Com isso, espera-se uma difusão das experiências da visitação ao Parque da Ilha da Usina para outras áreas da região.

Agradecimentos

Os autores agradecem aos estudantes das disciplinas “Uso Público em Parques Urbanos” e “Dimensão Patrimonial da Floresta Urbana”, do curso de Bacharelado em Lazer e Turismo, da EACH-USP; ao Sr. Jorge Vernaglia, consultor da Prefeitura da Estância Turística de Salto, pela confecção das placas interpretativas. À prefeitura da Estância Turística de Salto, em todos os seus níveis de administração, desde os monitores ambientais até o Prefeito Municipal, pois todos se empenharam em fornecer informações e apoio para execução desta pesquisa.

Bibliografia

- Alves, C. J., S; Laranja, D. H. R.
2014. Raimundo, S. Lazer e Turismo e a prática do manejo e monitoramento da visitação pública como estratégia de gestão dos recursos no Parque Estadual da Cantareira (SP).. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, v. 7: 762-778.
- Bauman, Zygmunt
2003. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual, tradução Plínio Dentzien*. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

- Berridge, Virginia & Taylor, Suzanne
2005. *The Big Smoke: Fifty years after the 1952 London Smog*. Centre for History in Public Health, London School of Hygiene & Tropical Medicine.
- Botelho, Eloisa; Maciel, Gláucio; Gonçalves, Rafael; Irving, Marta
2015. Reflexões sobre educação ambiental e turismo nos parques nacionais brasileiros. In: Marta Irving; Camila Rodrigues; Andrea Rabinovici; Helena Costa (orgs.). *Turismo, áreas protegidas e inclusão social: diálogos entre saberes e fazeres*. Rio de Janeiro: Folio Digital, pp. 177-203.
- Boyd, Stephen
2004. Parques Naturais: vida selvagem e cultura. In: Lew, A.; Hall, C. M.; Williams, A. M. *Compêndio de Turismo*, Lisboa: Instituto Piaget, pp. 527-540, (coleção Ciência e Técnica).
- BRASIL, Ministério do Meio Ambiente
2006. *Secretaria de Biodiversidade e Florestas. Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação. Diretoria de Áreas Protegidas*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 61p. (Áreas Protegidas do Brasil, 3)
- Bussolotti, J. M.; Guimarães, Solange; Robim, Maria de J.
2009. *Por uma reflexão epistemológica do conhecimento científico na seleção de áreas protegidas*. Olam: Ciência & Tecnologia, v. 8, 2008, p. 88-97.
- Castriota, Leonardo. Patrimônio cultural: conceitos, políticas, instrumentos. São Paulo: Annablume, Belo Horizonte: IEDS, 379p.
- Corbin, Alain.
1989. *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*, tradução Paulo Neves, São Paulo: Cia das Letras, 385p.
- Diegues, Antônio Carlos S.
1993. *Populações tradicionais em unidades de conservação: o mito moderno da natureza intocada*. São Paulo: Nupaub-USP, série documentos de pesquisa, n° 1, 66p.
- Diegues, Antônio Carlos S..
1998. As áreas naturais protegidas, o turismo e as populações tradicionais. In Serrano, C.; Bruhns, H. (orgs.). *Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus, pp. 85-102.
- Diegues, Antônio Carlos S.
2000. Etnoconservação da natureza: enfoques alternativos. In: Diegues, A. C. (org.). *Etnoconservação: novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos*. São Paulo: Ed. Hucitec, 290p
- Dorst, Jean
1973. *Antes que a natureza morra: por uma ecologia política*. São Paulo: Edgard Blucher, 394p.
- Fernandez, Fernando
2000. *O poema imperfeito: crônicas de biologia, conservação da natureza e seus heróis*. Curitiba: Ed. da UFPR, 260p.
- Guatura, Inah Simonetti.
2000. Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC – Lei n° 9.985, de 18/07/2000. In: Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação, II, 2000, Campo Grande, Anais: Vol. I Conferências e Palestras. Campo Grande: Rede Nacional Pró-Unidades de Conservação: Fundação O Boticário de Proteção à Natureza, p. 26-35.
- Ham, S. H.
1992. *Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets*. Colorado, USA: North America Press, 473p.
- Harari, Yuval N.
2017. *Sapiens – uma breve história da humanidade*. Trad. Janaina Marcoantonio, Porto Alegre, RS: L&PM, 464p.
- Harvey, David
2014. *Cidades Rebeldes: do direito a cidade a revolução urbana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Hauff, Shirley N.
2004. Relações entre Comunidades Rurais *Locais e Administrações de Parques no Brasil*: Subsídios ao Estabelecimento das Zonas de Amortecimento. (*Tese de doutorado*). Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Agrárias. Programa de Pós-Graduação em Engenharia Florestal, 184p + anexos.
- Hobsbawm, E. J.
1995. *Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Cia das Letras.

Jones, Geoffrey

2005. *Multinationals and Global Capitalism: From the Nineteenth to the Twenty First Century*. London: Oxford Scholarship Online: April 2005, 352p

Kronka, F. J. N. et al.

2005. *Inventário florestal da vegetação natural do Estado de São Paulo*. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/Instituto Florestal, 200p.

Lana, J. M.; Souza, A. L.; Meira Neto, J. A.; Soares, V.; Fernandes Filho, E. I.

2010. *Análise dos estágios de sucessão de áreas de mata atlântica sob a influência de plantações florestais*, Vale do Rio Doce, Minas Gerais, Brasil. Revista *Árvore*, Viçosa-MG, v.34, n.4, p.733-743.

Mafra, G. A.

2010. Sinalização interpretativa como ferramenta de educação patrimonial em parques urbanos: o caso do Parque da Serra do Curral de Belo Horizonte. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, 3 (2): 315-330.

McCormick, John.

1992. Rumo ao Paraíso: A História do Movimento Ambientalista. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 214p.

Meyer-Arendt, Klaus. O turismo e o ambiente natural. In: Lew, A.; Hall, C. M.; Williams, A. M. *Compêndio de Turismo*, Lisboa: Instituto Piaget, pp. 475-488, (coleção Ciência e Técnica).

Moreira, Jasmine C.

2004. *Geoturismo e interpretação ambiental*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2014. 157 p..

Neiman, Z.

2007. *A educação ambiental através do contato com a natureza*. Tese (Doutorado em psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 239 f.

Pacheco, R.; Raimundo, S.

2015. Parques urbanos e o campo dos estudos do lazer: propostas para uma agenda de pesquisa. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*, v. 1, p. 43-66.

Pelicioni, M. C. F.; Toledo, R. F.

2010. Educação para o turismo: turistas e comunidade. In: Phillipi Junior, A.; Ruschmann, D.V.M. (Org). *Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo*. Barueri, São Paulo: Manole, p. 301-312.

Pellin, A.; Scheffler, S. M.; Fernandes, H. M.

2010. Planejamento e implantação de trilha interpretativa autoguiada na RPPN Fazenda da Barra (Bonito, Mato Grosso do Sul, Brasil). Revista *Nordestina de Ecoturismo*, Aracaju, v.3, n.1, maio, 2010

Posey, D.A. (ed.).

1999. *Cultural and spiritual values of biodiversity*. Nairobi: UNEP and Intermediate Technology Publications.

Pretty, J.

2002. Agri-culture: Reconnecting people, land and nature. London: Earthscan (14) *The Intersections of Biological Diversity and Cultural Diversity: Towards Integration*, 2002, disponível em: https://www.researchgate.net/publication/41025362_The_Intersections_of_Biological_Diversity_and_Cultural_Diversity_Towards_Integration, acesso em 18/04/2018.

Raimundo, S.

abr./jun. 2006. A paisagem natural remanescente na Região Metropolitana De São Paulo. *São Paulo em Perspectiva*, v. 20, n. 2, p. 19-31.

Robim, Maria de Jesus.

1999. *Análise das características do uso recreativo do Parque Estadual da Ilha Anchieta: uma contribuição ao manejo*. (Tese de doutorado). Centro de Ciências Biológicas e da Saúde. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos (SP), 161p.

Sallas, Ana Luísa F.

2013. Ciência do homem e sentimento da natureza: viajantes alemães no Brasil do Século XIX, Curitiba: Ed. da UFPR, 2013, 334p.

Sansolo, D.; Raimundo, S.; Bussoloti, J; Simões, E.

2016. *Relatório Final do Projeto: o contexto territorial e ambiental no programa de uso público do Parque Estadual Serra Do Mar* (Processo FAPESP: 2013/20035-3), 116p. (rel. não publicado).

Santos, Rosely Ferreira dos

s.d. Planejamento ambiental: teoria e prática. São Paulo: Oficina de Textos.

São Paulo (Estado).

2004. *Unidades de Conservação da Natureza*. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, Secretaria do Meio Ambiente, Fundação para a Conservação e Produção Florestal do Estado de São Paulo, 2009.

Sarti, Antonio Carlos.

2009. *Floresta urbana: propostas de gestão e subsídios para políticas públicas em Rio Claro (SP)*. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas de Rio Claro. Rio Claro: [s.n.], 178 p.

Takahashi, Leide.

out/2004. *Uso Público em unidades de conservação. Cadernos de Conservação*, 2 (2).

Terborgh, John & van Schaik, Carel.

2002. *Por que o mundo necessita de parques?* In: Tornando os parques eficientes: Barel Spergel; John Terborgh... [et al] (orgs.). Curitiba: Ed. UFPR / Fundação o Boticário, pp. 25-51.

Thomas, Keith.

1988. *Homem e o mundo natural: mudanças de atitude em relação as plantas e aos animais (1500-1800)*. São Paulo: Companhia das Letras, 454 p.

Tilden, F.

2007. *Interpreting our heritage*. 40 ed. Carolina do Norte, USA: The University of North Carolina Press, (first edition, 1957)

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). Basic Texts. UNESCO, Paris 2018. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002617/261751e.pdf#page=6>

Wearing, S.; Neil, J. *Ecotourism: Impacts, Potential and Possibilities*. Butterworth Heinemann, Oxford and Melbourne, 2nd edition, 2009 (first edition, 1999), 256p.

Notas

¹ Sra. Márcia Spinozzi, da Chefia de Gabinete da Prefeitura de Salto (SP), informação pessoal em 11/11/2017.

² As montanhas de Catskill estão localizadas a cerca de 160 km ao norte-noroeste de Nova York e podem ser acessadas pelo rio Hudson. Presentemente parte destas montanhas está protegida pelo Parque Catskill, a cadeia de montanhas com uma cobertura florestal com cerca de 700.000 hectares.

³ A Europa foi, juntamente com a Ásia, os primeiros continentes a sofrerem grandes consequências do estabelecimento do Homem..., que consistiu na destruição da cobertura florestal que se estendia sobre a maior parte do continente, com repercussões profundas no equilíbrio natural (Dorst, 1973, p. 31; Fernandez, 2000, Harari, 2017).

⁴ <https://diariodotransporte.com.br/2016/01/17/historia-da-rodovia-presidente-dutra-ligacao-rio-sao-paulo/>, acesso em 16/04/2018

⁵ Segundo e último imperador brasileiro, que ficou no trono até 1889, quando da proclamação da república.

⁶ Disponível: http://www.mma.gov.br/images/arquivos/areas_protegidas/snuc/Livro%20SNUC%20PNAP.pdf, acesso em 26/03/2018.

⁷ Freeman Tilden, dramaturgo e filósofo, desempenhou seu trabalho no *National Park Service* dos Estados Unidos a partir do final dos anos 1950. A primeira edição do trabalho de Tilden é de 1957 e devido a sua importância, ele tem sido reeditado a cada 10 anos: 1967, 1977, 1987, 1997 e a última edição, revista e atualizada é a de 2007, a utilizada nesta pesquisa.

⁸ Contudo, deve-se destacar que ser “amena” não deve ser confundido com ser “acrítica”.

⁹ Disponível em <http://www.emae.com.br/conteudo.asp?id=Pequena-Central-Hidroelettrica-Porto-Goes>, acesso em 26/03/2018.

¹⁰ Disponível em <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/ultimas-noticias/comeca-implantacao-do-parque-da-ilha-da-usina-em-salto/>, acesso em 26/03/2018

Recibido: 17/04/2018

Reenviado: 05/07/2018

Aceptado: 10/07/2018

Sometido a evaluación por pares anónimos

Turismo chino en itinerarios culturales: El Camino de Santiago y la Ruta Antigua de Té y Caballos

Jinjing Shen* Joaquín Beltrán Antolín**

Universitat Autònoma de Barcelona (España)

Resumen: Este trabajo es un estudio comparativo de los turistas chinos que realizan el Camino de Santiago en España y la Ruta Antigua de Té y Caballos en China. Se parte de un breve estado de la cuestión sobre los itinerarios culturales como parte del turismo cultural, seguido de la evolución reciente del turismo chino interno e internacional para, a continuación, analizar la construcción/creación del Camino de Santiago y la Ruta Antigua de Té y Caballos como destinos turísticos. Finalmente se compara el perfil de los turistas en ambas rutas incluyendo sus motivaciones, experiencias y modo de acceso a la información para realizar este tipo de viaje que se ha convertido en un símbolo de distinción y de clase para una minoría de la población y se encuadran en la nueva tendencia de turismo independiente y experiencial que se está desarrollando en China.

Palabras Clave: Turismo chino; Itinerario cultural; Camino de Santiago; Ruta Antigua de Té y Caballos; Turismo independiente; Turismo de experiencias; China.

Chinese Tourism in Cultural Routes: The Camino de Santiago and the Ancient Tea Horse Road

Abstract: This paper is a comparative study of Chinese tourists in the Camino de Santiago in Spain and the Ancient Tea Horse Road in China. First, we introduce a brief state of the arts on cultural routes as part of cultural tourism, and on the recent evolution of inbound and outbound Chinese tourism. Second, we analyze the construction / creation of the Camino de Santiago and the Ancient Tea Horse Road as tourist destinations. Finally, we compare the profile of the tourists on both routes, including their motivations, experiences and the way to access to the necessary information to travel. The cultural routes have become a symbol of distinction and class for a minority of the population and are framed in the new trend of independent and experiential tourism that is developing in China.

Keywords: Chinese tourism; Cultural routes; Camino de Santiago; Ancient Tea Horse Road; Independent tourism; Experiential tourism; China.

1. Introducción

Los itinerarios culturales fueron institucionalizados y legitimados por primera vez por el Consejo de Europa en 1987 al aprobar y declarar al Camino de Santiago como el primer Itinerario Cultural Europeo. Posteriormente la UNESCO lo incluyó en la lista del Patrimonio Mundial en 1993. Los itinerarios culturales pasaron a ser identificados con una categoría propia a mediados de la década de 1990 y desde entonces su certificación, solicitada por cada vez más rutas en todo el mundo, ha tenido consecuencias en el desarrollo del sector turístico a escala local y global al convertirse en un reclamo para su visita. En definitiva, los itinerarios/rutas culturales se han consolidado como un tipo específico de turismo cultural y de patrimonio que a menudo también incluye atractivos relacionados con la naturaleza.

El objetivo de este trabajo es el análisis comparativo de dos itinerarios/rutas culturales en relación con el turismo chino: el Camino de Santiago, en España, y la Ruta Antigua de Té y Caballos, en la República Popular China. Ambos caminos sagrados-comerciales se convirtieron a partir de la década

* Universitat Autònoma de Barcelona (España); E-mail: afeijj223797@hotmail.com

** Universitat Autònoma de Barcelona (España); E-mail: JoaquinBeltran@uab.cat

de 1990 en focos de atracción para el turismo cultural con un alcance local y global. El nexo para la comparación será las características del turismo y de los turistas chinos que los realizan. China ha entrado en la escena mundial como origen y destino turístico pasando a ocupar posiciones destacadas en los flujos turísticos globales, al mismo tiempo que desarrolla de un modo acelerado su turismo interno.

El turismo chino se ha convertido en un fenómeno de consumo de masas conforme los ingresos de la población del país se han elevado de forma generalizada. En este contexto las ofertas y destinos turísticos se han diversificado y segmentado para satisfacer a la creciente demanda con necesidades y expectativas diferenciadas. Los itinerarios culturales basados en caminos históricos constituyen todavía una novedad para el turismo chino interno e internacional, por lo que el volumen de las personas que los realizan todavía es muy pequeño. Estos viajes se han convertido en un símbolo de distinción y de clase para una minoría de la población y se encuadran en la nueva tendencia de turismo de carácter más o menos independiente y experiencial que se está desarrollando en China.

Para llevar a cabo la comparación se partirá de un breve estado de la cuestión sobre los itinerarios culturales como parte del turismo cultural, seguido de la evolución reciente del turismo chino interno e internacional para, a continuación analizar la construcción/creación del Camino de Santiago y de la Ruta Antigua de Té y Caballos como destinos turísticos, para finalmente comparar las características de los turistas chinos que las realizan, incluyendo sus fuentes de información previas al viaje, el perfil de los turistas y su comportamiento.

2. Itinerarios/rutas culturales y turismo

El turismo cultural es una actividad que incluye experimentar la cultura local del lugar que se visita, acercarse y conocer las tradiciones y el estilo de vida, participar en actividades relacionadas con el arte y las visitas a museos, monumentos y sitios del patrimonio. La definición adoptada por la Asamblea General de la UNWTO (Chengdu, 11-16 de septiembre de 2017) fue:

“Cultural tourism is a type of tourism activity in which the visitor’s essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions” (World Tourism Organization, 2018: 11).

El turismo cultural también es “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Cestur-Sectur, 2002: 5, citado en Fernández Salinas, 2013). En definitiva, es el movimiento de personas a lugares de interés alejados de su lugar de residencia habitual, con la intención de acceder a conocimientos y tener experiencias nuevas para satisfacer sus necesidades culturales (Richards, 2001). El turismo cultural busca explotar el valor de los productos culturales al máximo y, al mismo tiempo, define de nuevo las experiencias de los viajeros y la influencia de la cultura en la industria del turismo. Por eso, el turismo moderno fusiona los turistas, la cultura y el viaje (Craik, 1997).

Por su parte, los itinerarios o rutas turísticas son trayectos o caminos en los que se especifican los lugares de paso y donde, además, se proponen una serie de actividades y servicios (Gómez Prieto y González-Quijano, 1991). La diferencia entre itinerarios/rutas con respecto a otro tipo de movilidad turística es la capacidad de recorrer y al mismo tiempo ver, conocer y sentir (Torres Bernier, 2006). Los itinerarios a lo largo de la historia “han facilitado la expansión de las culturas y han propiciado los mestizajes culturales” (Fernández Salinas, 2013).

Después de que UNESCO incluyera en la lista del Patrimonio Mundial en 1993 al Camino de Santiago –previamente declarado como el primer *Itinerario Cultural Europeo* por el Consejo de Europa en 1987-, la Comisión Ejecutiva del Patrimonio Mundial (UNESCO) organizó en Madrid en 1994 un encuentro sobre “Los Itinerarios como Patrimonio Cultural” en cuya conclusión se propuso una definición de las rutas culturales como rutas transnacionales (Capel, 2005) que a su vez fue la base para la Asamblea General del ICOMOS (Internacional Council on Monuments and Sites) de 2005 sobre este tema. Casi al mismo tiempo se crearon el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales de la Unión Europea (1997) y el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) de ICOMOS (1998). La *Carta*

internacional sobre los itinerarios culturales propuesta por el CIIC en 2005 introducía esta nueva categoría en el marco del Patrimonio Mundial de la UNESCO, siendo ratificada finalmente en 2008 (Capel, 2005; Hernández Ramírez, 2011; Morère Molinero, 2012; Fernández Salinas, 2013).

Las rutas son parte de la actual consideración del patrimonio, donde el territorio es un componente patrimonial más extenso que incluye programas, políticas culturales y turísticas (Fernández-Baca, 2014). Las rutas ya no hacen solo mención al circuito, también son el objeto del recorrido (Calabuig Tomás y Ministrál Masgrau, 1998), son el destino en sí mismas.

Los itinerarios y rutas turísticas-culturales se han convertido en la actualidad en uno de los recursos turísticos con mayor crecimiento. Diferentes instituciones tanto de ámbito local como nacional e internacional han apostado firmemente por su creación y diseño evidenciando y valorizando sus recursos (ICOMOS, 2008). El objetivo es promover el patrimonio en dichos territorios, así como fortalecer y/o crear sentimientos de identidad (López-Guzmán, Lara de Vicente y Merinero-Rodríguez, 2006), a lo que se añade también el fomento del desarrollo sostenible a partir de la comercialización de los recursos del territorio (Hernández Ramírez, 2011). El diseño de las rutas para su reconocimiento y explotación es complejo, y en muchas ocasiones las propuestas sometidas a aprobación se limitan a un inventario de elementos que comparten un tema común, aunque realmente sean inconexos.

En definitiva, como Capel (2005) señala:

“Declarar como Patrimonio de la Humanidad a rutas o itinerarios culturales de carácter transnacional pone el énfasis no solo en los valores culturales o históricos de determinados espacios y paisajes, sino también en ‘los movimientos de población, el encuentro, el diálogo, el cambio y la interfecundación de las culturas en el espacio y en el tiempo’, a la vez que se insiste en la importancia que tienen esos itinerarios ‘para la comprensión mutua, la lectura plural de la historia y la cultura de la paz’”.

El Camino de Santiago fue el primer itinerario cultural reconocido como Patrimonio de la Humanidad (1993), posteriormente se aprobaron otros como la Ruta de la Seda: red de rutas del corredor Chang’an-Tian Shan (2014) de 5.000 kilómetros que abarca lugares de China, Kazajistán y Kirguistán después de un intenso y largo trabajo investigación que comenzó en 1988 (UNESCO, 2002). La Ruta Antigua de Té y Caballos, también localizada en China y con conexión a otros países ya ha iniciado el proceso para solicitar su inclusión en el listado de la UNESCO.

3. Turismo chino interno e internacional

El turismo en China es un fenómeno relativamente reciente. En la década de 1990, tras el cambio de agenda económica de desarrollo del país iniciado en 1979, se encontraba en una fase inicial para progresivamente durante el siglo XXI pasar a otra de rápido crecimiento que ya lo ha convertido en un fenómeno de consumo de masas. Los avances del sector turístico chino se deben al aumento de los ingresos y del tiempo de ocio de la población y también al desarrollo de la economía del país (Ning, 2000; Zhang, 2002). De acuerdo a los datos oficiales publicados por *The Yearbook of China Tourism Statistics* (2001-2016) el volumen del turismo chino interno pasó de 744 millones personas en el año 2000 a 4.000 millones en 2015, multiplicándose por 5,4 veces en tan solo quince años. Este crecimiento se explica fundamentalmente por la mayor disponibilidad económica de la población del país: el PIB per cápita durante el mismo periodo pasó de 959 US\$ a 8.167 US\$, es decir se multiplicó por 8,5 veces. En realidad los datos anteriores no son reales pues contabilizan todos los movimientos de la población independientemente de que el motivo sea específicamente turístico. En cualquier caso tienen el valor de indicador de la movilidad.

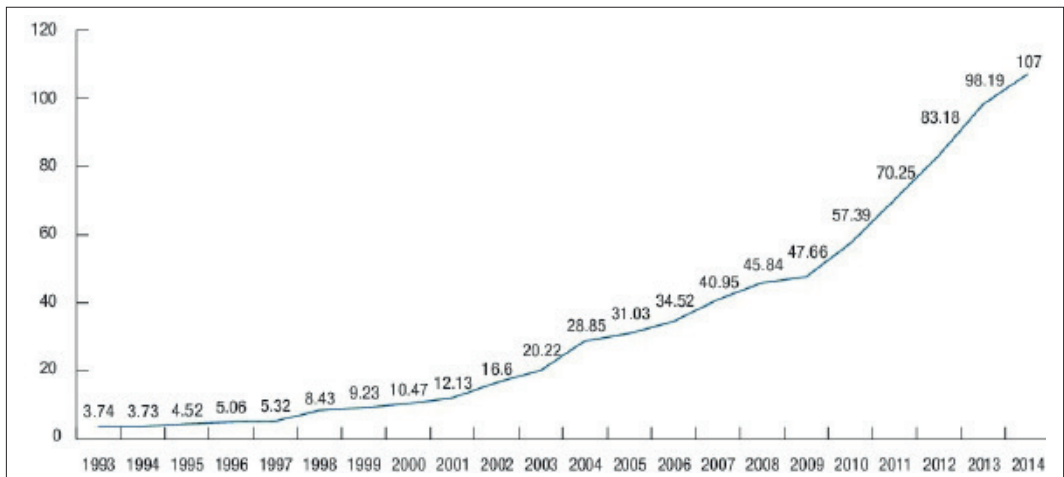
La Ruta Antigua de Té y Caballos, objeto de esta investigación, une fundamentalmente a las provincias de Yunnan y Sichuan con la Región Autónoma de Tibet, por lo que el volumen del turismo interno en estas zonas incluye a los turistas que la realizan. De acuerdo a los datos de 2015 Sichuan recibía el 14,75% del total del turismo chino; Yunnan el 8,08% y Tibet el 0,5%, aunque este porcentaje por sí solo representa a 20,2 millones de viajeros. De hecho Tibet es la región que porcentualmente más ha crecido de las tres en la recepción turística durante los últimos años. En su conjunto, Yunnan, Sichuan y Tibet son el destino para el 23% del turismo interno chino, y quienes realizan la Ruta tan solo representan una parte muy pequeña de ese porcentaje. Esta zona localizada en el oeste y suroeste de China se caracteriza por una gran diversidad étnica y cultural cuyo “exotismo” es explotado por el sector turístico. Además, especialmente el territorio que atraviesa la Ruta, coincide con zonas del

país consideradas pobres donde el Estado promueve el desarrollo turístico como alternativa para el crecimiento económico.

Por su parte, el turismo chino internacional comenzó con una etapa inicial de prueba (1983-1996) en la cual se permitía salir del país a visitar a parientes a unos destinos concretos -Hong Kong, Macao, Tailandia, Malaysia, Singapur, Filipinas- y a partir de 1987 también se aprobaron las visitas cortas en las zonas de frontera -Corea del Norte, Mongolia, Rusia, Vietnam, Laos, Mynamar-. Durante la segunda fase (1997-2001) se abrió el turismo al exterior a partir de las “Provisiones sobre la Gestión del Viaje al Extranjero de los Ciudadanos Chinos” (1997) (Andreu, Claver y Quer, 2013). Se creó el Estatus de Destino Aprobado (EDA) que progresivamente incluyó a más países. En este periodo se aprobó el viaje turístico a los siguientes países: Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda, Japón, Vietnam, Camboya, Myanmar, Brunei, Malta, Indonesia, Turquía y Nepal. La tercera fase (2002-actualidad) es la de la consolidación del turismo hacia el extranjero, al pasar de 18 países con el EDA en 2001 a 150 a finales de 2014. En 2004 se añadieron 61 países a esta lista, entre ellos España, Francia, Italia, Portugal, etc. (World Tourism Organization, 2017).

“Looking back at the development of China’s outbound travel market, it took eight years (1993–2000) for the annual number of outbound tourists to reach 10 million, only three more years (2001–2003) to reach 20 million, seven years (2004–2010) to climb to 50 million and four more years (2011–2014) to break 100 million record” (World Tourism Organization, 2017: 25)

Gráfico 1: Turismo chino internacional (en millones). Años 1993-2014



Fuente: World Tourism Organization, 2017, p. 25 (a partir de *The Yearbook of China Tourism Statistics*, 1994-2015)

El turismo chino internacional en 2015 fue de 120 millones de personas y una de sus principales tendencias es que en el 80% de los casos se lleva a cabo de forma independiente, es decir no sujeto exclusivamente a las ofertas de los operadores y agencias turísticas, ni a los viajes en grupo organizados que caracterizaban a las primeras fases del turismo en China cuando los viajeros contaban con una escasa experiencia turística, de información sobre los destinos, falta de dominio de idiomas extranjeros y dificultades para la preparación del viaje, por ejemplo, para hacer reservas (Lui *et al.*, 2011). Además, hasta bien entrado el siglo XXI, la capacidad de consumo de servicios turísticos para la mayor parte de la población era relativamente baja, lo que facilitaba que el turismo de viaje intensivo en grupo para visitar lugares *-sightseeing-* fuera el más popular por su precio competitivo que resultaba atractivo en el sentido de gastar lo menos posible para disfrutar y visitar más destinos turísticos: por ejemplo, las ofertas de “10 países en 12 días” y el “tour sin comisiones” (Arlt y Aceves Leyva, 2011). Además también estaban especialmente interesados en realizar compras durante el viaje (Hotels.com, 2013).

Actualmente el turismo chino interno e internacional mantiene un rápido y estable crecimiento anual con previsiones de continuidad al mismo ritmo a largo plazo y se ha convertido en un sector importante para el desarrollo de la economía nacional al impulsar industrias relacionadas y complementarias (Zhang, 2002; Hernández, 2018). El aumento del turismo internacional chino va acompañado por el creciente interés y valoración de experiencias y visitas profundas a destinos turísticos, además de la libertad en el proceso del viaje. El viaje con ritmo lento, tanto nacional como internacional, ya es una tendencia igual que el turismo de forma independiente (自助游, *zizhuyou*) acompañado de amigos o familiares y en coche propio (Lai, 2015).

España, de acuerdo a Turespaña (Instituto de Turismo de España), recibió a 513.725 turistas chinos en 2017 frente a 399.741 en 2015, año en que se multiplicaba por más de diez los 33.426 que llegaron en 2005. Otras fuentes, como ATEC (Asociación de Turismo España-China) afirman que en 2017 llegaron 718.000 turistas chinos a España (Hernández, 2018). La discrepancia de los datos se debe a que registran distintos movimientos: el primero contabiliza sólo a los que entran directamente procedentes de China y el segundo a los que también proceden de otros países europeos donde fueron previamente como primer destino –paquete turístico de “un viaje, varios países”.

Según un estudio acerca de la imagen de España en China (Noya *et al.*, 2007) y también de acuerdo a un trabajo de la consultora Taylor Nelson Sofres China (TNS) del año 2008 (Laso y Justo, 2009), España era el quinto destino turístico preferido de Europa para los turistas chinos, detrás de Francia, Reino Unido, Alemania e Italia y por delante de Holanda, Suiza y Austria, y ocupaba la treceava posición en el ranking de los 25 destinos internacionales turísticos más populares para ellos.

“...la imagen turística de España en China se asocia mayoritariamente con los paisajes y la naturaleza (89%), la cultura y los museos (71%) y con el sol y la playa (67%). Un 15% de los encuestados afirma querer venir de turismo a España, por detrás de Francia (32%) o EEUU (21%) pero por delante de Italia (13%) o Reino Unido (12%). Un 76% de los encuestados lo considera atractivo como destino turístico, aunque la seguridad y el precio son percibidos como desincentivos” (Tomás Gaimundiz, 2011:33).

“[en 2014] La estadística sugiere que España ha sido un destino menos atractivo para los turistas chinos que otros países europeos, como Francia, Suiza, Italia y Alemania. Sin embargo, el efecto del turismo chino en la economía de España es significativo, ya que los turistas chinos tienen un gasto medio de 2.040 €, dos veces más que el gasto de los alemanes en España” (Lojo, 2016: 513).

En el año 2014, los principales destinos turísticos de España fueron Cataluña (61,3%), Comunidad de Madrid (22,8%) y Andalucía (8,7%) (Vivential Value, 2016). En cuanto al perfil del turista chino en España en 2010 para un 68,36% fue su primer viaje al extranjero; viajan acompañados de familiares/cónyuges (46,98%), amigos (23,81%), compañeros de trabajo/estudios (13,66%) o de forma individual (6,95%). De acuerdo al presidente de la Asociación de Turismo España China (ATEC) el turista chino en España:

“busca experiencias y gratificación intelectual (gastronomía, cultura, arte, espiritualidad, naturaleza, compras), se siente muy atraído por nuestro país (para ellos es un destino exótico), es cosmopolita y digital, busca interactuar con la comunidad local, estacionalidad diferente (febrero, principalmente)” (Prnoticias, 2018).

4. El Camino de Santiago y la Ruta Antigua de Té y Caballos

El Camino de Santiago es una ruta de peregrinación religiosa entre España y otros países europeos con destino final en Santiago de Compostela donde se veneran las reliquias del apóstol Santiago el Mayor (Sánchez, 2005). El descubrimiento de los restos de Santiago apóstol a principios del siglo IX marcó el inicio de las peregrinaciones a Compostela, estableciéndose el Camino de Santiago (Cànoves Valiente y Blanco Romero, 2011). Los peregrinos siguen muchas rutas de peregrinación, pero la más popular es la Vía Regia y su última parte, el Camino Francés. El Camino se realiza a pie, pero actualmente también algunos viajeros lo hacen en bicicleta o a caballo (Agís Villaverde, 2008).

La Ruta de Té y Caballos, por su parte, es una ruta comercial china que comenzó durante las dinastías Tang y Song (960–1279) para abastecer a la población tibetana de té que no se cultivaba en su región por las condiciones geográficas de elevada altura. El consumo de té ayuda a asimilar las grasas y a controlar las calorías de la dieta cotidiana de los tibetanos para quienes constituye una bebida de su

dieta cotidiana. Por su parte las regiones del interior de China necesitaban numerosos mulos y caballos para el transporte civil y militar, con una demanda que superaba a la oferta. Y es precisamente en las regiones altas de Tibet donde la población ganadera local criaba caballos de calidad, frente a las provincias vecinas de Sichuan y Yunnan donde se producía té, sal y hierbas medicinales. Por eso se desarrolló el mercado complementario de intercambio entre té y caballos llegando a ser muy popular y activo (Chen, 2004, Cubeiro, 2015). Desde la antigüedad la Ruta de Té y Caballos tenía tres ramas principales: 1) desde la provincia de Yunnan a Tibet; 2) desde la provincia de Sichuan a Tibet; y 3) desde la provincia de Qinghai a Tibet (Luo, 2003). La ruta además se expandía para incluir a países vecinos que también intercambiaban todo tipo de productos con el imperio chino (Cubeiro, 2015).

El Camino Francés de Santiago y las rutas francesas del Camino fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1993 y 1998, respectivamente. En el Año Santo Jubilar Compostelano de 1993,¹ el gobierno autónomo de Galicia decidió convertir el Camino en un recurso turístico, abriéndolo a personas con un perfil diferente al tradicional peregrino religioso, mejorando sus infraestructuras y recuperando albergues y restaurantes. Una parte importante del desarrollo y la difusión del Camino de Santiago, tanto en España como en el resto del mundo, se debe a las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago (Zhang, 2015). En 1950 se fundó la primera en París. El I Encuentro Mundial de Asociaciones de Amigos del Camino se celebró en 2015 en Santiago de Compostela, asistieron 28 países y 157 asociaciones. En ese momento había registradas 350 asociaciones en todo el mundo -40% de ellas en España-.² Y en 2017 se fundó la Asociación de Amigos de China (Estella, 2017). La concepción originaria del Camino como una modalidad de turismo religioso ha evolucionado hacia un significado cultural más amplio, aportando así una nueva dimensión. Al mismo tiempo, el Camino se ha convertido en un factor de desarrollo local de los espacios rurales por donde pasa (Andrade Suárez, Leira Landeira y Caramés Valo, 2010).

Los turistas chinos que han realizado el Camino han pasado de 15 el año 2004 a 1.045 en 2017 (Informe Estadístico de la Oficina del Peregrino). Otros países de Asia Oriental superan a China en este viaje. El promedio de la población de Corea del Sur y de Japón cuenta con mayor experiencia turística y más capacidad consumo y sus intercambios con España han sido más intensos. Japoneses y coreanos conocen mejor la cultura, tradiciones, arte e historia de Europa y de España y la publicación de libros y producción de películas y documentales sobre el Camino han sido determinantes para darlo a conocer en sus países y suscitar el interés para realizarlo.

Tabla 2: Turistas coreanos, japoneses y chinos en el Camino de Santiago. Años 2004-2017

	Total	Corea Sur	Japón	China
2004	179.944	-	257	15
2005	93.924	28	278	5
2006	100.377	84	282	10
2007	114.026	449	327	19
2008	124.141	915	412	20
2009	145.877	1.079	526	35
2010	272.135	1.493	796	59
2011	183.366	1.740	877	112
2012	192.488	2.493	860	186
2013	215.880	2.774	840	431
2014	237.983	3.842	1.095	510
2015	262.516	4.073	1.179	706
2016	277.854	4.534	1.459	831
2017	301.036	5.106	1.474	1.045

Fuente: Elaboración propia a partir de Informe Estadístico. Oficina del Peregrino. Varios años

El origen de la Ruta Antigua de Té y Caballos como destino turístico es más reciente. Un equipo de investigación de la Universidad de Yunnan realizó un viaje por la ruta en 1990 utilizando el equipamiento de las antiguas caravanas que lo transitaban. Su recorrido de 2.000 kilómetros pasó por Zhongdian, Changdu, Montaña Hengduan y Kangding para finalmente volver a Zhongdian con el objetivo de verificar y recuperar la Ruta de Té y Caballos. Después de su expedición de tres meses los investigadores denominaron a este camino y red de intercambio comercial “Ruta Antigua de Té y Caballos” (Mu, 2001; Chen, 2005). En chino se denomina *Chama gudao* (茶马古道, Ruta Antigua de Té y Caballos), literalmente *cha* es té, *ma* es caballo, *gu* antiguo y *dao* camino o ruta. El camino era conocido tradicionalmente como *Chamadao* (茶马道), pero ellos propusieron añadir la palabra “antiguo” (古 *gu*) al nombre original para recordar la larga historia de esta ruta (Sigley, 2010), lo cual además le añade un importante atractivo y es un reclamo para el turismo.

El cambio de nombre realizado a finales de la década de 1990 fue una estrategia premeditada por parte de los investigadores y del Estado para recuperar y desarrollar una ruta comercial histórica y convertirla en una ruta turística. La referencia a “lo antiguo”, en el contexto cultural y social chino, se asocia a algo que resulta atractivo y que motiva a conocerlo y visitarlo. En el mismo sentido, una de las ciudades clave por la que transcurre la ruta, Zhongdian, en la provincia de Yunnan cerca de la frontera con Tibet, el año 2002 cambió oficialmente su nombre para rebautizarse como “Shangri-La” (香格里拉, Xianggelila). La ciudad mítica de Shangri-La posee toda una serie de connotaciones llenas de exotismo a partir de la novela *Horizontes perdidos* (1933) de James Hilton. El Estado chino decidió que fuera el nombre de una ciudad real con el objetivo fundamental del desarrollo turístico (Kolås, 2004; Bovair, 2008; Llamas y Belk, 2011).

“In the far reaches of Northwest Yunnan, the making of Xianggelila is a story of how local entrepreneurs, some Tibetan, many not, imaginatively linked themselves to this grandest of European colonial fantasies, to the British novel and popular U.S. film (translated into Chinese and widely distributed). This recuperated colonial past was then grafted onto a developmental model for the ethnic borderlands that would take mass tourism as the key link. The aim was nothing less than to transform a little-known town in the northwest corner of Yunnan into a major tourist destination” (Litzinger, 2014, p. 281).

En 2007 se produjo otro cambio de nombre en la zona: la Municipalidad a nivel de prefectura Simao (思茅市) recuperó su antigua denominación Pu'er (普洱市) que es como se conoce a la variedad de té regional. Pu'er es también uno de los puntos de partida y ciudades-mercado clave de la Ruta Antigua de Té y Caballos (Zhang, 2014; Sigley, 2015).

“With the growth in domestic interest both in the Chama gudao and in Pu'er tea (which went from relative obscurity in the 1990s to one of the hottest trends in tea consumption and investment in recent years) tourism authorities (government and business developers) have been keen to ‘develop’ tourism sites and activities that link directly to the Ancient Tea Horse Road” (Sigley, 2010: 541).

Desde el año 1950 hasta el año 1976, las autopistas nacionales números 318, 317 y 214 entre Sichuan-Tíbet y Yunnan-Tíbet se construyeron gradualmente. En torno al cambio de siglo comenzaron a elaborarse medidas para promocionar la recientemente designada “Ruta Antigua de Té y Caballos”. Diferentes gobiernos locales utilizaron este nuevo nombre con el objetivo del desarrollo turístico de sus zonas, por ejemplo en 2001 el gobierno de Changdu de Tíbet encargó al Departamento de la Geografía de la Academia China de Ciencias Sociales planificar el turismo de la “Ruta Antigua de Té y Caballos”. El modelo de “Transporte + Turismo” fue el principio adoptado³ (Zhang y Ma, 2006). En 2009, la Administración Nacional China de Turismo le concedió a la Ruta Antigua de Té y Caballos la categoría Premium o de primer nivel a escala nacional⁴ lo cual sentó las bases para potenciar su desarrollo (Wang, 2010). Otro ejemplo es la Agencia de Viajes Internacional Chama Gudao de Tibet (西藏茶马古道国际旅行社) fundada con ese nombre el año 1997. Su director general Liu Zhen, en una noticia de 2005, comentaba que desde el año 2000 los turistas chinos comenzaron a realizar el viaje por la Ruta y en 2004 recibieron a más de 600 turistas extranjeros y 200 turistas chinos, y más de 200 viajeros realizaron la Ruta entre Yunnan y Tibet en coche.

En definitiva, durante la segunda mitad de la década de 1990 se la denominó por primera vez de forma explícita como Ruta Antigua de Té y Caballos, es decir, se le añadió el calificativo de “antigua”. A partir del año 2000 comenzó el turismo en ella y a partir de 2009 entró en una etapa de rápido desarrollo, especialmente entre Sichuan y Tibet y entre Yunnan y Tibet. De acuerdo a los datos disponibles es

significativo cómo en un primer momento los turistas extranjeros superaban a los chinos en los viajes a Tibet. Sichuan, Yunnan y Tibet son tres regiones que ofrecen atractivos turísticos desde el comienzo del desarrollo del turismo en China, tanto para el turismo interno como para el internacional. La gran diversidad étnica de la población que reside en ellas, y que se diferencia del grupo de población mayoritario del país, denominado han, es uno de sus principales atractivos que al mismo tiempo es potenciado por el Estado central y local de diferentes niveles (Hillman, 2003; Schriver, 2017). La Ruta Antigua de Té y Caballos es una oferta turística de nuevo cuño que vincula mediante el diseño de un itinerario o recorrido basado en la historia a zonas, pueblos y ciudades que por sí mismas ya son objeto de atracción. Por lo tanto, este producto compete desde el primer momento de su creación con destinos turísticos ya consolidados como Kunming, Pu'er, Dali, Shaxi, Lijiang, etc. que se han desarrollado ajenos a la Ruta, aunque en la actualidad también tratan de sumarse a la nueva marca en la medida en que pueden aumentar, aún más si cabe, la llegada de turistas internos e internacionales (Liu, Zhang, y Wang, 2008), pues a una parte del turismo internacional también le llama la atención el realizar viajes en ruta o itinerarios culturales, y Tibet, que forma parte de esta ruta, todavía constituye un gran atractivo para el extranjero, así como se ha puesto de moda para el turismo chino interno (Yang, Lin y Han, 2010; Yeh y Coggins, 2014).

La Ruta, entre otros lugares, conecta a tres inscritos en el listado del Patrimonio Mundial de la UNESCO: el Conjunto Histórico del Palacio del Potala de Lhasa en Tibet desde 1994; la Ciudad Vieja de Lijiang en 1997 y el Área Protegida de los Tres Ríos Paralelos de Yunnan en 2003. La rama de la Ruta de Sichuan a Tibet atraviesa importantes ciudades como la capital de provincia Chengdu; o Ya'an, considerada el origen del cultivo del té en China en las cercanas montañas Mengding; Kanding (Dartsedo en tibetano) importante ciudad-mercado tibetana la provincia de Sichuan y Chando ya en Tibet, entre otras. Históricamente el mayor flujo comercial se llevaba a cabo entre Sichuan y Tibet (Booz, 2016; Tsomu, 2016).

5. El perfil del turista chino y sus experiencias en ambas rutas

La mayoría de los turistas chinos en ambas rutas es joven y con una buena salud y forma física. Su edad se encuentra en la franja de 18-35 años y prefiere el turismo profundo de carácter personalizado por motivos de ocio, aventura y deporte. Además de los grupos compuestos por jóvenes, también existe en la Ruta Antigua de Té y Caballos un segmento de personas de 30-50 años que proceden de las principales ciudades como Beijing, Shanghai y Guangzhou (Lai, 2015) que suelen viajar en grupo por motivos que incluyen la aventura, descubrimiento y conocimiento. Todos ellos pertenecen a la clase media y disponen de ingresos económicos altos o el apoyo económico estable de los padres, junto a un nivel educativo elevado. En el Camino, muchos son estudiantes o trabajadores en España o en otros países de Europa que conocen bastante la cultura e historia de diferentes países europeos y/o de España, además de los que trabajan y viven en las principales ciudades chinas y cuentan con un buen dominio de inglés e incluso español y experiencia turística previa, es decir, ni el Camino ni la Ruta han sido su primer viaje turístico.

Otra característica común es su gran interés en obtener una experiencia que marca la diferencia y les distingue en comparación con el turismo urbano de masas. En el Camino de Santiago, la mayoría eligen y realizan el trayecto de los últimos 100 kilómetros desde Sarriá a Santiago de Compostela⁵ durante una semana a pie de forma independiente, algunos han hecho el recorrido en bicicleta e incluso a caballo. En el caso de la Ruta Antigua de Té y Caballos su preferencia es el trayecto entre Yunnan y Tibet durante 10 o 11 días en grupos pequeños con amigos y familiares contratando el servicio de agencias turísticas locales que les proporcionan guía, chófer y coche todoterreno con tracción en las cuatro ruedas para recorrer la geografía complicada de la Ruta a lo largo de 2.000 kilómetros. Los guías locales tienen la experiencia y los conocimientos profesionales de la Ruta.

En ambos casos el viaje comienza antes de emprenderlo obteniendo información del camino/ruta sobre la cultura, historia, folklore a la que acceden de diferentes formas, así como sobre aspectos más prácticos relacionados con la preparación del viaje. A nivel formal/institucional quien proporciona información sobre las rutas turísticas son las agencias de viaje. También las ferias dedicadas al turismo en China ofrecen información, por ejemplo, Turespaña en China ha impulsado las ofertas turísticas de Madrid, Barcelona, Sevilla y de otras ciudades de España, incluyendo la promoción del Camino de Santiago de Galicia. También se han organizado seminarios y mesas redondas para presentar y compartir experiencias turísticas de ambas rutas por parte de viajeros que las han realizado.

La publicación de libros y guías por viajeros que narran sus experiencias en los mismos es otro medio importante de difusión. Con respecto al Camino de Santiago desde 2012 se han publicado en China varios libros (Xing, 2012; Wang, 2013). Igualmente ha ocurrido sobre la Ruta Antigua de Té y Caballos: el libro *嫁给318国道* (Se casa con la carretera nacional 318) redactado por el Departamento de Turismo de las Carreteras Chinas se publicó en 2005 y presenta a la carretera nacional 318 como la más larga y peligrosa y también la más atractiva de China. La revista *Geografía Nacional China* publicó en 2006 un número especial sobre la carretera nacional 318 que abordaba diferentes aspectos de la misma entre los que destaca su relación con la Ruta Antigua de Té y Caballos. A la carretera nacional 318 se la considera la Ruta Moderna de Té y Caballos.

Otra forma de acceder a la información sobre estas rutas/caminos son películas, documentales y series de televisión documentales y de ficción dedicadas a ellas o cuya trama se localiza en ellas. El año 2004 se estrenó *Delamu*, película documental de Tian Zhuangzhuang. Rodada en la Ruta Antigua de Té y Caballos presenta la vida de los habitantes locales de la Ruta, especialmente de Yunnan, Sichuan y la Montaña Hengduan de Tibet (Lo, 2009). La película atrajo a muchos jóvenes que quedaron impactados por el argumento y fueron a visitarla convirtiéndose en los primeros turistas que realizaron este itinerario cultural. La serie documental de ocho capítulos también dirigida por Tian Zhuangzhuang, *La Ruta Antigua de Té y Caballos* (Chamagudao xilie: Delamu) se estrenó en la cadena nacional de televisión CCTV9 el año 2012. Otra serie documental de televisión de seis capítulos titulada *Chamagodo* (Asian Corridor in Heaven) sobre la historia, la cultura, el folklore y los recursos naturales de la Ruta Antigua de Té y Caballos fue realizada por KBS de Corea de Sur en el año 2007. En 2005 la Televisión Central de China emitió una telereserie dramática de 23 capítulos titulada *La Ruta Antigua*. Ambientada en 1942, presenta la historia de tres protagonistas de Yunnan durante la guerra sino-japonesa que ayudan a la caravana de mercaderes compuestas por personas de grupos étnicos distintos que mostraron su solidaridad para ayudar a transportar mercancías a la zona de guerra, enfatizando los aspectos patrióticos. Con respecto al Camino de Santiago la película *The Way* (2010), dirigida por Emilio Estévez, describe un viaje por el mismo. Un médico de Estados Unidos va a Francia para recoger los restos de su hijo Daniel fallecido en los Pirineos durante una tormenta cuando hacía el Camino de Santiago. El padre decide realizar el Camino de Santiago para comprender y experimentar lo que su hijo iba a hacer y finalmente encuentra el significado de su vida durante el recorrido. La historia conmovedora, los paisajes naturales y las viviendas y edificios antiguos que aparecen en la película han tenido una gran influencia sobre los viajeros chinos. Aunque esta película se exhibió en las salas de cine de China, la mayoría la vio en Internet y fue un estímulo para la toma de decisión de realizar el Camino de Santiago.

Existen portales de internet dedicados a los viajes como *马蜂窝 Mafengwo.cn*, *一起游 Yiqiyou* (17U.com), *驴评网 Lvping.com*, *穷游网 Qiongyouwang* (qyer.com) que ofrecen información sobre los itinerarios, consejos para la preparación y experiencias personales de los turistas en ambas rutas. Los blogs de viajeros que comparten su experiencia turística son especialmente importantes como fuente de información para muchos aspectos prácticos, por ejemplo los bloggers *阿玛尼 del Camino de Santiago* y *沉墨 (Chenmo)* de la Ruta Antigua de Té y Caballos. Los bloggers explican los trayectos, el equipamiento necesario, los medios de transportes, los puntos de interés a visitar, su experiencia diaria, los alojamientos, la gastronomía, apuntes sobre la historia y cultura peculiares que se encuentran, ofrecen consejos importantes para evitar los peligros y resolver problemas, por ejemplo, los números de teléfono de emergencias en caso de accidente y también muestran los fotos de su viaje a lo largo del camino.

En la actualidad todavía existe muy poca información completa y detallada sobre el Camino de Santiago ofrecida por canales oficiales en China (agencias de viaje). Por lo tanto, la mayoría de los turistas chinos accede a la información que necesita utilizando las posibilidades que ofrece internet: blogs de experiencias personales turísticas que explican detalladamente la información más útil para realizar el viaje. En el caso de la Ruta hay más opciones de acceso a la información, e incluso las agencias de viaje y turísticas offline organizan y ofrecen paquetes turísticos de la Ruta y proporcionan servicios de consulta e información.

Habitualmente para ambas rutas los turistas eligen la época de las vacaciones como la “semana dorada” en torno al 1 de octubre que es la Fiesta Nacional; o durante el Año Nuevo Chino entre enero y febrero; o para la Fiesta del Trabajo del 1 de mayo cuando también disponen de varios días de vacaciones que pueden utilizar para viajar. Los siete días de las vacaciones nacionales, más una parte de las anuales que les corresponden, facilita a los turistas realizar este tipo de viaje que requiere más tiempo. Además, debido a que el Camino se realiza viajando a pie, la mayoría prefiere hacerlo durante la temporada de otoño e invierno frente al verano que es más exigente físicamente. Los turistas de Corea del Sur, por ejemplo, se encuentran entre los que más viajan de noviembre a marzo y desde 2016 lideran el ranking

de nacionalidades que hacen el Camino de Santiago en Enero (Coco, 2016). Los chinos muestran una preferencia semejante a la de los coreanos para realizar el Camino durante los meses de invierno. En el caso de la Ruta, en invierno es cuando hay más nieve lo cual da lugar a paisajes naturales de montañas nevadas y lagos helados que no se pueden visitar en verano, y es un atractivo añadido que les impulsa a realizar la Ruta en otoño/invierno. En el caso de los estudiantes que hacen el Camino, aprovechan sus vacaciones de verano e invierno para hacerlo.

Para preparar el viaje se informan por las experiencias de los bloggers y también por las agencias turísticas (Arlt y Aceves Leyva, 2011). En el Camino de Santiago los albergues son la principal forma de alojamiento, por lo que llevan sacos de dormir, almohadas y sábanas para crear un espacio que les resulte más cómodo y limpio. En la Ruta, en ocasiones, se alojan en templos o en caravasares para tener una experiencia especial. Y en ambos casos, cuando llegan al destino –Lhasa o Santiago de Compostela–, alquilan habitaciones en hoteles más caros. En la Ruta para evitar el problema de no aclimatarse y la falta de costumbre a la comida local picante de Sichuan, Yunnan y Tibet, aunque la prueban, también suelen llevar comida rápida para el viaje -galletas, fideos instantáneos, etc. Por el contrario, en el Camino de Santiago no tienen esa preocupación: son jóvenes que se adaptan a comidas diferentes y nuevas como la española y gallega que se ofrece en los bares y restaurantes a lo largo del viaje (Hotels.com, 2013).

Las actividades de los turistas chinos en el Camino y la Ruta son similares en muchos aspectos: se levantan muy temprano y empiezan el trayecto diario. Cuando se encuentran ante paisajes naturales y puntos de interés cultural y/o religioso paran y los visitan durante 30 minutos o una hora, para conocer de cerca su historia y la cultura asociada a los mismos (Long, 2014). En ambas rutas les gusta hacer fotografías en los paisajes llamativos y con las personas locales para evocar el recuerdo de haberlos visitado. Es habitual en ambos casos que compartan con sus amigos y familiares su experiencia diaria en las redes sociales mediante internet subiendo fotografías y textos en cuanto tienen conexión wifi.

Tienen mucho interés y sensibilidad sobre las peculiaridades de la religión, la cultura y la historia de los lugares por donde pasan (Lei, 2014) y consultan sobre los templos, iglesias, pueblos de las minorías étnicas, puntos turísticos de caravana y de producción de té, que visitan. Además, los turistas que hacen estos caminos/rutas están dispuestos y se muestran abiertos a conocer y participar en actividades culturales diferentes a lo largo del viaje. Por ejemplo, en el Camino saludan a los otros peregrinos, e imitan el ritual de poner piedras en los mojones que encuentran. Un atractivo especial son los sellos que ponen en los lugares por donde se pasa, necesarios para conseguir el certificado que acredita haber realizado el Camino -la compostela. En la Ruta intentan saludar a los habitantes de las minorías étnicas en sus idiomas y al mismo tiempo aceptan el khata blanco tradicional que se les ofrece como bienvenida en las zonas tibetanas. Su interés se demuestra, por ejemplo, cuando después de los primeros días en que se quejan por la dificultad física que conlleva realizar ambas rutas, al final afirman que han disfrutado mucho la experiencia turística cultural que han vivido en ambas rutas.

Por otro lado, sobre las compras y el consumo, los turistas en las dos rutas consumen aquello que resulta básico a nivel cotidiano y al final de cada día, en el destino de la etapa, compran todo lo necesario para afrontar los problemas y las dificultades que hayan encontrado o que se prevé que afrontarán. También compran artículos propios de los lugares por donde pasan para guardar como recuerdo del viaje y para regalar a sus familiares y amigos. Por ejemplo, los ornamentos de las minorías étnicas y el té pu'er de la Ruta Antigua de Té y Caballos, y los ornamentos de conchas que simbolizan al Camino de Santiago. Es habitual que compren tarjetas postales con las imágenes de los paisajes locales representativos para enviarlas a sus familiares y amigos. Cada noche cuando llegan a los hoteles y albergues informan sobre su estado a los padres y familiares comentándoles que están fuera de peligro y no han tenido contratiempos. Los padres de los jóvenes se preocupan mucho por su seguridad, y por lo tanto, les informan para que estén tranquilos.

En el Camino los viajeros son más flexibles debido a la forma independiente del turismo. Cuando llegan al destino final de Santiago de Compostela, muchos también realizan viajes de un día a pueblos y ciudades cercanos, por ejemplo, A Coruña, Finisterre, etc. También se comunican con otros peregrinos a lo largo del viaje fuera de sus grupos, hablando y compartiendo sus experiencias del Camino e incluso hacen nuevos amigos. En cambio, en la Ruta, los viajeros mantienen sólo la relación y comunicación dentro de su pequeño grupo.

La motivación declarada de los turistas en ambos casos es el atractivo de la naturaleza (Liu, 2003), los paisajes de las montañas, lagos, campos, estepas, y los recursos culturales religiosos (Shen, 2005), del té, caravanas y minorías étnicas (Lei, 2014). En segundo lugar, a lo largo del viaje la mayoría de los viajeros tiene experiencias turísticas variadas de aventura, deporte (Luo, 2008), naturaleza, religión, y folklore. En tercer lugar, se muestran satisfechos de las infraestructuras turísticas (Zhang, 2011) como

transportes, hoteles, albergues y restaurantes. En cuarto lugar, comparten sus experiencias exclusivas turísticas con los amigos y las familias y les recomiendan que realicen el viaje de ambas rutas. Eso da lugar a que cada vez más turistas chinos con un perfil similar eligen hacer estas rutas durante los últimos años. La única diferencia es que los jóvenes en el Camino prefieren la forma independiente (Lai, 2015) del turismo profundo (Yu, 2011) a pie con motivo de conseguir la experiencia turística con más contenido de aventura y los que hacen la Ruta y realizan el viaje en grupo, se inclinan más hacia la experiencia turística de ocio con más observación de la cultura (Reisinger, 1994).

Al fin y al cabo, para los turistas chinos de ambas rutas, el proceso del viaje duro (Zhang, 2001), que incluye observar la cultura, la religión y la historia junto a las dificultades que entraña el viaje, es lo que marca la diferencia y, en comparación al turismo urbano, lo que ellos hacen es un tipo de viaje sagrado espiritual que implica un esfuerzo personal. El viaje, a lo largo de la historia china, tiene asociaciones positivas, especialmente cuando se refiere a los de personas sabias o ejemplares que los emprendieron. La cultura china valora que la sabiduría y el conocimiento excepcional se pueden lograr a través de los viajes que lo buscan. Además, también valora positivamente la manera o el modo de alcanzar los ideales y el proceso para obtener resultados y logros, y en este sentido presta atención a la descripción de la experiencia del proceso del viaje (Zhang, 2001).

6. Conclusión: Caminos en construcción y turistas independientes

Ambas rutas/caminos de España y China, desde el punto de vista histórico, tienen su origen en la misma época. Desde el comienzo, aunque con diferente incidencia en distintos momentos de su historia, las dos rutas/caminos incluyen y conllevan importantes componentes económicos y religiosos. En el aspecto económico, la Ruta Antigua de Té y Caballos era una ruta comercial que dinamizaba la economía de las regiones que intercambiaban sus productos y el Camino de Santiago, con la gran movilidad de peregrinos que lo realizaron durante la Edad Media, y en la actualidad, afectó al desarrollo económico de todos los pueblos y ciudades que atravesaba con la creación de una considerable infraestructura de servicios y comercial. Con respecto al aspecto religioso, en el caso del Camino de Santiago es evidente porque era una ruta fundamentalmente de peregrinación religiosa y en la Ruta de Té y Caballos, a pesar de su carácter comercial, también la hacían peregrinos budistas en su camino a Lhasa y se difundieron ideas y creencias religiosas a lo largo de la misma, poniendo, además, en contacto a personas con diversas creencias.

El fenómeno del turismo, en ambos casos, comienza en los años noventa gracias a la difusión y recuperación por parte de los respectivos gobiernos, que ven en ellas motores de desarrollo local con posibilidades –turísticas- sin explotar: los recursos naturales y culturales –patrimonio material e intangible- son sus atractivos fundamentales. Ambos Estados han fomentado su desarrollo e intervenido en la planificación turística. Gradualmente se han convertido en itinerarios importantes del turismo cultural, uno ya consolidado, el Camino, y otro en plena construcción, la Ruta.

El turismo en China, tanto interno como internacional, conforme el nivel de vida del país y la clase media aumentan, es un servicio cada vez más demandado y la segmentación de la oferta ha crecido exponencialmente. Unos de los grupos más destacables en estos momentos son los jóvenes con ingresos considerables, nivel alto de estudios, abiertos y con expectativas de tener experiencias novedosas que los alejen y distancien del resto de la población. Son ellos quienes buscan y se informan por su cuenta y están interesados en viajes “diferentes”, “lentos” –slow travels-, independientes y personalizados frente al viaje “con prisas”, o de compras, que sin dejar de existir, ya no son la única opción. Croce (2016) elabora una tipología del turismo chino cuyo destino es Europa distinguiendo a los tradicionales (70%), jóvenes cultos (wenyi) (10%), centrados en experiencias (10%), expertos/entendidos (7%) y hedonistas (3%). Por su parte Xu y Wang (2014: 9) en la tipología sobre nuevas tendencias emergentes de modos de viaje al extranjero incluyen a “independent tours, island tours, in-depth experiential tours, and high-end outbound tours and cruise tours”.

El caso aquí presentado es un ejemplo de turismo chino interno e internacional en itinerarios culturales que llevan a cabo personas con características, inquietudes y expectativas similares. Todavía su volumen es pequeño en comparación con el turismo masificado que ya existe en China, pero es una tendencia en aumento que obliga a cambiar la imagen y percepción estereotipada sobre el turismo chino.

Las redes sociales e internet son la clave que facilita tanto el acceso directo a la información como la posibilidad de organización independiente de los viajes (compra de billetes de transporte, reservas de alojamiento, etc.) a la que cada vez recurren más los turistas chinos. Conforme se abren nuevas

posibilidades, son inmediatamente aprovechadas por ellos. Las rutas/caminos aquí presentadas implican un esfuerzo físico especial, junto a un plus de aventura, improvisación y riesgo, hasta cierto punto novedoso en la sociedad china, pero al que una parte de la población, sobre todo joven y con un nivel educativo alto, le resulta atractiva como experiencia. La cultura –material e inmaterial– mientras tanto, se consume a lo largo del camino.

Bibliografía

- Agís Villaverde, Marcelino
2008. “Antropología de la Peregrinación: ¿Quiénes son los peregrinos?”. *XI Encuentro de Santuarios de España. Santiago de Compostela*, 23-25 de noviembre. Conferencia Episcopal Española.
- Andrade Suárez, María J., Leira Landeira, Grial y Caramés Valo, Rosa
2010. “El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago Francés”. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 3 (1): 49-82.
- Andreu, Rosario, Claver, Enrique y Quer, Diego
2013. “Chinese outbound tourism: New challenges for European tourism”. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 3 (1): 44-58.
- Arlt, Wolfgang G. y Aceves Leyva, Alma B.
2011. “El auge del turismo emisor de China: ¿qué buscan y cómo se comportarán 100 millones de nuevos turistas?”. *Anuario Asia Pacífico 2010, edición 2011* (pp. 327-334). Barcelona: Casa Asia, Fundación CIDOB.
- Booz, Patrick
2016. “‘To control Tibet, first pacify Kham’: Trade routes and ‘official routes’ (Guandao) in Easternmost Kham”. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review E-Journal*, 19: 27-47. <<http://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-19>>.
- Bovair, Elizabeth A.
2008. “Journeys to Shangri-La: The neo-Orientalism of Tibetan culture”. En Cochrane, Janet (Ed.), *Asian tourism: Growth and change* (pp. 335-343). Amsterdam: Elsevier.
- Calabuig Tomás, Jordi y Ministrat Masgrau, Marta
1998. *Manual de Geografía turística de España*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cànoves Valiente, Gemma y Blanco Romero, Asunción
2011. “Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente”. *Cuadernos de Turismo*, 27: 115-131.
- Capel, Horacio
2005. “Las rutas culturales como Patrimonio de la Humanidad. El caso de las fortificaciones americanas del Pacífico”. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* [en línea]. 10 (562). <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-562.htm>>
- CESTUR-SECTUR
2002. *Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de turismo cultural en México*. [En línea]. México: Secretaría de Turismo y Centro de Estudios Superiores de Turismo. <<http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/productos/Estudiodeturismocultural.pdf>> (consultado el 20 de mayo de 2018).
- Chen, Baoya 陈保亚
2004. 论茶马古道的起源 (Lun chama gudao de qiuyan, Acerca del origen de la Ruta Antigua de Té y Caballos). *思想战线 (Sixiang zhanxian)*, 30 (4): 44-50.
- Chen, Baoya 陈保亚
2005. 茶马古道: 横跨世界屋脊的文化传播纽带--纪念茶马古道首次徒步考察和命名15周年 (Chama gudao: hengkua shijie wuji de wenhua chuanbo niudai- jinian chama gudao shouci tubu kaocha he mingming 15 zhounian, La Ruta Antigua de Té y Caballos: vínculo cultural mundial – 15 años de recuerdo del primer trabajo del campo a pie y denominación del nombre de la ruta). *科学中国人 (Kexue Zhongguoren)* 12: 16-19.
- Coco, Abraham
2016. “Los coreanos peregrinan en enero”. *ABC Galicia*, 2 de febrero de 2016. <https://www.google.es/amp/www.abc.es/espana/galicia/abci-camino-santiago-coreanos-peregrinan-enero-2016020201130_noticia_amp.html> (consultado el 20 de mayo de 2018).

Craik, Jennifer

1997. "The culture of tourism". En Rojek, Chris y Urry, John (Eds.), *Touring cultures: Transformations of travel and theory* (pp. 113-136). Londres: Routledge.

Croce, Valeria

2016. *Tourism in focus. The Chinese outbound travel market*. Virtual Tourism Observatory. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. European Commission. <www.ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto> (consultado el 20 de mayo de 2018).

Cubeiro, Dídac

2015. "La ruta del té. (Antigua ruta comercial de China a Tibet)". *Historia y vida*, 569: 56-61.

Estella, Sara

2017. "El Camino seduce al viajero solitario". *La Voz de Galicia*, 27 de agosto. <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/mercados/2017/08/27/camino-seduca-viajero-solitario/0003_201708SM27P12991.htm> (consultado el 20 de mayo de 2018).

Fernández-Baca, Román

2014. "50 años de la Carta de Venecia: Del monumento histórico y su conservación al desarrollo sostenible". En López Morales, Francisco J. y Vidargas, Francisco (Eds.), *Los nuevos paradigmas de la conservación del patrimonio cultural. 50 años de la Carta de Venecia* (pp. 42-49). México: CONICULTA-INAH.

Fernández Salinas, Víctor

2013. "De dónde y hacia dónde. Perspectivas y premisas para el entendimiento de los itinerarios culturales". *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* [en línea]. 28 (1028). <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-1028.htm>>

Gómez Prieto, Julia y González-Quijano, Covadonga

1991. *Rutas e itinerarios turísticos en España*. Madrid: Editorial Síntesis.

Hernández, Emilio

2018. "El turismo chino en España: oportunidad y nuevas tendencias". *ARI* 48/2018. Madrid: Real Instituto Elcano.

Hernández Ramírez, Javier

2011. "Los caminos del Patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2): 225-236

Hillman, Ben

2003. "Paradise under construction: Minorities, myths and modernity in Northwest Yunnan". *Asian Ethnicity*, 4 (2): 175-188.

Hotels.com

2013. "Chinese International Travel Monitor 2013". *Jing Daily*, 15 de octubre de 2013. <<https://jingdaily.com/chinese-international-travel-monitor-2013/>> (consultado el 20 de mayo de 2018).

ICOMOS

2008. *Carta de Itinerarios Culturales*. Quebec: Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) del ICOMOS. 6ª Asamblea General del ICOMOS, 4 de octubre de 2008. <https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_sp.pdf> (consultado el 20 de mayo de 2018).

Kolås, Åshild

2004. "Tourism and the making of place in Shangri-La". *Tourism Geographies*, 6 (3): 262-278.

Lai, Shengwei 赖声伟

2015. 中国自助游发展研究 (Zhongguo zizhuyou fazhan yanjiu, Investigación sobre el desarrollo del turismo de forma independiente de China). 中国商论 (Zhongguo shanglun, Century Journals Project - Economy & Management (Series J) 24): 136-138.

Laso, Gregorio, y Justo, Pierre

2009. "La imagen de España en China". *Boletín Económico del ICE*, 2972: 95-110.

Lei, Junxia 雷俊霞

2014. 中国民俗旅游发展趋势研究 (Zhongguo minsu lüyou fazhan qushi yanjiu, Análisis sobre la tendencia del desarrollo del turismo chino de folklore). 旅游纵览月刊 (Lüyou zonglan yuekan) 6.

Litzinger, Ralph

2014. "Afterword. The afterlives of Shangri-La". En Yeh, Emily T. y Coggins, Chris (Eds.), *Mapping Shangri-La. Contested Landscapes in the Sino-Tibetan Borderlands* (pp. 279-286). Seattle: University of Washington Press.

Liu, Deqian 刘德谦

2003. 中国生态旅游的面临选择 (Zhongguo shengtai lüyou de mianlin xuanze, Elección del turismo chino ecológico). 旅游学刊 (Lüyou Xuekan), 18 (2), 63-68.

- Liu, Jianfeng, Zhang, Jie y Wang, Guiyu, 刘建峰, 张洁, 王桂玉
2008. 基于“点—轴系统”理论的云南茶马古道旅游发展战略研究 (Jiyu dian-zhou xitong lilun de Yunnan chama gudao luyou fazhan zhanlue yanjiu, Investigación de la estrategia y desarrollo del turismo de la Ruta Antigua de Té y Caballos de Yunnan en base sobre la teoría del sistema de punto y eje). 桂林旅游高等专科学校学报 (*Guilin Lüyou Gaodeng Zhuanke Xuexiao Xuebao*), 19 (1): 81-86.
- Llamas, Rosa y Belk, Russell
2011. “Shangri-La: Messing with a myth”. *Journal of Macromarketing*, 31 (3): 257-275.
- Lo, Kwai-Cheung
2009. “Two moments of ethnic representation in Tian Zhuangzhuang’s minority films”. *Journal of Chinese Cinemas*, 3 (3): 231-247.
- Lojo, Aureli
2016. “Turismo chino en España: un análisis del producto turístico, atracciones e itinerarios ofrecidos por agencias de viajes chinas”. *Cuadernos de Turismo*, 37: 511-517.
- Long, Jiangzhi 龙江智
2014. 中国旅游消费行为模式研究 (*Zhongguo luyou xiangfei xingwei moshi yanjiu, Estudio del modo del comportamiento del consumo del turismo chino*). 旅游教育出版社 (Lüyou jiaoyu chubanshe).
- López-Guzmán, Tomás J., Lara de Vicente, Fernando J., y Merinero-Rodríguez, Rafael
2006. “Las rutas turísticas como motor de desarrollo económico local. La ruta del Tempranillo”. *Estudios Turísticos*, 167: 131-145.
- Lui, Vincent, Kuo, Youchi, Fung, Justin, Jap, Waldemar y Hsu, Hubert
2011. *Taking off. Travel and tourism in China and beyond*. Boston: The Boston Consulting Group Report. <<https://www.bcg.com/documents/file74525.pdf>> (consultado el 20 de mayo de 2018).
- Luo, Qing 罗清
2008. 中国生态旅游发展前景分析 (*Zhongguo shengtai luyou fazhan qianjing fenxi, Análisis del desarrollo del turismo chino ecológico*). 消费导刊 (*Xiaofei Daokan*) 16: 44-45.
- Luo, Shiwei 罗世伟
2003. 茶马古道历史线路与旅游开发现实意义 (*Chama gudao lishi luxian yu luyou kaifa xianshi yiyi, Trayecto histórico de la Ruta Antigua de Té y Caballos y su desarrollo turístico* [J]. 重庆师范大学学报 (自然科学版) (*Chongqing shifan daxue xuebao (ziran kexue ban)*), 20 (3): 54-57.
- Morère Molinero, Nuria
2012. “Sobre los itinerarios culturales del Icomos y las rutas temáticas turístico-culturales. Una reflexión sobre su integración en el turismo”. *Revista de Análisis Turístico*, 13: 57-68.
- Mu, Jihong, 木霁弘.
2001. 茶马古道考察纪事 (*Chama gudao kaocha jishi, Trabajo del Campo en la Ruta Antigua de Té y Caballos*). Kunming: 云南教育出版社. (Yunnan Jiaoyu Chubanshe)
- Ning, Shimin 宁士敏.
2000. 影响中国旅游消费的经济和社会因素分析 (*Yingxiang zhongguo luyou xiaofei de jingji he shehui yinsu fenxi, Análisis de los factores que influyen en el consumo del turismo chino*). 游学刊 (*Lüyou xuekan*), 15 (3): 75-76.
- Noya, Javier et al.
2007. *La imagen de España en China*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos.
- Prnoticias
2018. “Todas las noticias del turismo chino en España durante 2017”. *Prnoticias*, 22 de enero. <<https://prnoticias.com/marketing/prmarketing/20166965-todas-las-cifras-del-turismo-chino-en-espana-durante-2017>> (consultado el 20 de mayo de 2018).
- Reisinger, Yvette
1994. “Tourist-host contact as a part of cultural tourism”. *World Leisure and Recreation*, 36 (2): 24-28.
- Richards, Greg
2001. “El desarrollo del turismo cultural en Europa”. *Estudios Turísticos*, 150: 3-14.
- Sánchez, Jorge
2005. *El Camino del peregrino a Santiago*. Madrid: Manakel.
- Schrifer, Silvia
2017. *Cultural heritage preservation in regional China: Tourism, culture and the Shaxi model*. Tesis doctoral. Perth: The University of Western Australia.

- Shen, Zuxiang 沈祖祥.
2005. 中国宗教旅游 (*Zhongguo zongjiao lüyou, Turismo religioso chino*). 福建人民出版社. Fuzhou: (Fujian renmin chubanshe).
- Sigley, Gary
2010. "Cultural heritage tourism and the Ancient Tea Horse Road of Southwest China". *International Journal of China Studies*, 1 (2): 531-544.
2015. "Tea and China's rise: Tea, nationalism and culture in the 21st century". *International Communication of Chinese Culture*, 2 (3): 319-341.
- Tomás Gaimúndiz, Daniel
2011. *El turismo chino en España: La adaptación de destinos turísticos españoles al mercado turístico más grande del mundo*. Tesis Fin de Máster. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Torres Bernier, Enrique
2006. "Rutas culturales. Recurso, producto y destino turístico". *Revista PH, Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60: 84-97.
- Tsomu, Yudru
2016. "Guozhuang trading houses and Tibetan middlemen in Dartsedo, the 'Shanghai of Tibet'". *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review E-Journal*, 19. <<http://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-19>>
- UNESCO,
2002. *The Silk Roads Project: Integral study of the Silk Roads: Roads of Dialogue, 1988-1997*. CLT/CPD/DIA/2008/PI/68. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001591/159189E.pdf>> (consultado el 20 de mayo de 2018).
- Vivencial Value
2016. Monitor de Mercados Online - Edición China 2016, en "Barcelona es el destino líder en reputación online para los turistas chinos", *CETT-UB Noticias*, 19 de septiembre. <https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/004495_barcelona-es-el-destino-lider-en-reputacion-online-para-los-turistas-chinos.html> (consultado el 20 de mayo de 2018).
- Wang, Sainan 王赛男
2013. 圣地亚哥朝圣之路 (*Shengdiyage chaosheng zhi lü, Camino de Santiago*). Wuhan: 武汉大学出版社 (Wuhan daxue chubanshe).
- Wang, Zhongqiang 王忠强
2010. 千年茶马古道 (*Qiannian chama gudao, Ruta Antigua de Té y Caballos milenaria*). Jilin: 吉林文史出版社 (Jilin wenshi chubanshe).
- World Tourism Organization (UNWTO)
2017 Penetrating the Chinese outbound tourism market. Successful practices and solutions. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO)
2018. *Tourism and culture synergies*. Madrid: UNWTO. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- Xing, Xiaosheng 刑啸声
2012. 圣雅各之路朝“胜”记 (*Shenyage zhi lu chao "sheng" ji, Notas de viaje del Camino de Santiago*). Guilin (Guilin): 广西师范大学出版社 (Guangxi shifan daxue chubanshe).
- Xu, Fan y Wang, Suosheng
2014. "China's outbound tourism. Emerging trends and features in the second decade of the 21st century". *Perspectives in Asian Leisure and Tourism*, 2 (1): Article 2.
- Yang, Chih-Hai, Lin, Hui-Lin y Han, Chia-Chun
2010. "Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites". *Tourism Management*, 31(6), 827-837.
- Yeh, Emily T. y Coggins, Chris, eds.
2014. *Mapping Shangri-la. Contested landscapes in the Sino-Tibetan borderlands*. Seattle: University of Washington Press.
- Yu, Yang 于洋
2011. 浅析中国乡村旅游发展 (Qianxi Zhongguo xiangcun lüyou fazhan, Análisis breve sobre el desarrollo del turismo chino rural). 管理学家 (*Guanli xuejia*), 9.
- Zhang, Guohong 张国洪
2001. 中国文化旅游:理论,战略,实践 (*Zhongguo wenhua lüyou: lilun, zhanlue, shijian, Turismo cultural de China: teoría, estrategia, práctica*) 南开大学出版社 (Nankai Daxue Chubanshe)

Zhang, Jinghong

2014. *Puer Tea: Ancient caravans and urban chic*. Seattle: University of Washington Pres.

Zhang, Lijun 张丽君

2011. 自助旅游现状及其发展分析 (Zizhu lüyou xianzhuang ji qi fazhan fenxi, Situación actual del turismo de la forma independiente y análisis sobre su desarrollo). *中国商论 (Zhongguo Shanglun)* 5: 173-174.

Zhang, Min y Ma, Shouchun 张敏, 马守春

2006. 西藏昌都地区旅游业的现状及发展对策 (Xizang Changdu diqu lüyouye de xianzhuang ji fazhan duice, Situación actual y estrategias de desarrollo de la industria turística de la zona Changdu de Tíbet). *西部林业科学 (Xibu Linye Kexue)*, 35 (3): 122-127.

Zhang, Ruiguang, 张广瑞.

2002. 中国旅游发展 (*Zhongguo lüyou fazhan, Desarrollo del turismo chino*). Beijing: 社会科学文献出版社 (Shehui kexue wenxi chubanshe, Editorial de Documentación de Ciencias Sociales).

Zhang, Yuan

2015. *La peregrinación a Santiago de Compostela: una aproximación global y propuesta de una agencia de turismo en China sobre el Camino de Santiago*. Trabajo Fin de Master. Valencia: Universitat Politècnica de València.

Agradecimientos

Esta investigación forma parte del proyecto I + D del Ministerio de Economía y Competitividad (FFI2015-70513-P MINECO/FEDER, UE) “Asia Oriental: paradigmas emergentes, política(s), dinámicas socioculturales y sus consecuencias”, así como del Grupo de Investigación Consolidado (GRC) InterAsia y el nuevo sistema internacional: Sociedad, política y cultura (2017 SGR 1284) de la Generalitat de Catalunya.

Notas

- ¹ Cada siglo cuenta con catorce años jacobeos, es decir, cuando coincide la fiesta de Santiago (25 de Julio) en domingo, que comportan la indulgencia plenaria o completa con la remisión de la pena temporal de todos los pecados cometidos por el peregrino. Cuando no es año jubilar, las indulgencias son menores.
- ² Xunta de Galicia, Asociaciones de amigos del Camino, El Camino de Santiago. <http://www.caminodesantiago.gal/es/descubre/asociaciones-del-camino/asociaciones-de-amigos-del-camino> (consultado del 20 de mayo de 2018).
- ³ El gobierno chino siempre presta atención a las conexiones e infraestructura de transporte en primer lugar con el fin de facilitar la llegada del mayor número de personas al destino turístico para su desarrollo.
- ⁴ El gobierno chino clasifica los lugares turísticos desde el nivel A al AAAAA en base a su calidad para recomendarlos y ofrecer garantías a los turistas. La categoría Premium es la que cuenta con cinco A.
- ⁵ Según los datos de 2017, de las 180.737 personas que realizaron el Camino Francés (60,04% del total), 79.717 (el 26,48% del total) hicieron el trayecto desde Sarria a Santiago de Compostela.

Recibido: 17/06/2018

Reenviado: 18/12/2018

Aceptado: 18/12/2018

Sometido a evaluación por pares anónimos

Génesis de una ciudad turística mexicana al comienzo del siglo XX: el antiguo centro minero de Guanajuato¹

Oscar Sánchez Rangel*

Universidad de Guanajuato (México)

Resumen: Durante la primera mitad del siglo XX, la ciudad de Guanajuato cambió su especialización como centro minero y entró en una redefinición para su consumo como espacio turístico. La viabilidad de la ciudad estuvo en riesgo por su escasa diversificación, el despoblamiento y la falta de comunicaciones. Sin embargo, la transformación de la minería, la reafirmación de Guanajuato como una ciudad administrativa y algunas iniciativas para el fomento del turismo contribuyeron a que esta ciudad delineara una nueva especialización económica. En este artículo proponemos una explicación acerca de la reconversión económica de la ciudad de Guanajuato, en que el turismo fue vital para la rehabilitación de sus espacios.

Palabras Clave: Turismo; Minería; Reconversión productiva; Emigración; Guanajuato.

Genesis of a Mexican tourist city at the beginning of the 20th century: the former mining center of Guanajuato

Abstract: During the first half of the 20th century, the city of Guanajuato changed its specialization as a mining center and entered into a redefinition for its consumption as a tourist space. The viability of the city was at risk due to its scarce diversification, depopulation and lack of communications. However, the transformation of mining, the reaffirmation of Guanajuato as an administrative city and some initiatives for the promotion of tourism contributed to this city delineate a new economic specialization. In this article we propose an explanation about the economic reconversion of the city of Guanajuato, where tourism was vital for the rehabilitation of its spaces.

Keywords: Tourism; Mining; Productive reorganization; Emigration; Guanajuato.

1. Introducción

En 1944, las estrellas cinematográficas Dolores del Río y Emilio “el Indio” Fernández buscaban locaciones para su próxima película, por lo que visitaron la capital del estado de Guanajuato, que consideraron idónea para sus planes debido a su carácter “netamente colonial”.² Al año siguiente se estrenó *Bugambilia*, filme situado en el Guanajuato decimonónico, sobre el amor casi imposible entre la hija de un empresario minero y el capataz de la mina. Esta película, que inicia con una descripción idealizada de la ciudad, fue presentada como “el más claro exponente de las bellezas de la capital guanajuatense.”³ Este pasaje es indicativo de la resignificación del antiguo centro minero de Guanajuato como un espacio de consumo, que le dio un nuevo sentido como patrimonio arquitectónico y cultural, al tiempo que se modificó la mirada del turista en torno a la ciudad, en tanto construcción social definida históricamente (Urry, 1990:1-3). El cambio de la ciudad de Guanajuato en un lugar turístico implicó la invención y revaloración de sus contenidos paisajísticos, así como de su historia, cultura y patrimonio. Se trata de un complejo proceso de mercantilización del espacio y de redefinición de las relaciones sociales que incluye dos dimensiones sustantivas. Por un lado, la apropiación, adaptación e invención de los sentidos culturales por parte de la industria, para redirigir la mirada sobre pueblos, ciudades, barrios o paisajes. La segunda dimensión consiste en el control del territorio y de los recursos estratégicos, que

* Universidad de Guanajuato (México); E-mail: osrangel@hotmail.com

realizan distintos agentes para satisfacer la demanda de los visitantes, mediante el ejercicio del poder, con efectos sobre las relaciones sociales y materiales preexistentes (López y Marín, 2010: 222-229). Este artículo incorporará algunos aspectos de esas dos dimensiones, para analizar la reorganización de Guanajuato como un espacio turístico. No se pretende un enfoque integral del fenómeno, pues el énfasis recaerá en la redefinición productiva de la ciudad de Guanajuato durante las primeras décadas del siglo XX, para distinguir el tránsito de una economía basada en la minería hacia otra en que el turismo se convirtió en una actividad clave.

La ciudad de Guanajuato se había desarrollado desde el virreinato en torno a la extracción de plata, pero esta actividad perdió vitalidad en el curso de las primeras décadas del siglo XX, por lo que inclusive se pronosticó que se convertiría en un pueblo fantasma.⁴ Este riesgo se conjuró y actualmente el municipio de Guanajuato está habitado por más de 184 mil personas, cuya economía se fundamenta en la oferta de servicios, entre los cuales figura el turismo prominentemente. Guanajuato es uno de los diez estados del país con mayor afluencia de turistas al año y la capital se ubica como el segundo destino del estado, con más de medio millón de visitantes, solamente atrás de León, una de las ciudades más pobladas del país, que recibe por encima de un millón de visitantes anualmente, en gran medida por razones de trabajo (SECTUR, Guanajuato, 2012: 22-23). Las celebraciones del Festival Internacional Cervantino desde 1972, el nombramiento de la ciudad de Guanajuato como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1988, y la realización del Guanajuato International Film Festival a partir de 1998, han influido en su proyección turística internacional.

Existen numerosos casos en el mundo de centros de producción y trabajo que cayeron en decadencia y abandono, pero que fueron revalorizados como lugares turísticos debido a su patrimonio arquitectónico y cultural, elementos que se afianzan como ventajas competitivas. Este fenómeno se ha presentado en antiguas zonas industriales, áreas portuarias, estaciones ferroviarias y zonas barriales de gran tradición, que se transformaron en espacios de consumo, en donde los servicios, el espectáculo, la explotación de la herencia cultural y la comercialización de la imagen predominan en su crecimiento económico y desarrollo social (López y Marín, 2010: 230). La reconversión de los centros mineros decadentes se complejiza, aunque se definan planes concretos, en función del grado de interdependencia entre la economía local y la minería, pues las alternativas quedan acotadas por la reducción y el envejecimiento poblacional, la baja inversión y la precariedad financiera del gobierno local (Cañizares, 2008: 13).

Desde una perspectiva más general, el tránsito hacia un nuevo tejido productivo depende de factores relativos a las condiciones históricas de las regiones y a las respuestas de los actores económicos, las organizaciones y las instituciones involucradas (Cerutti, 2008). Algunos estudios sobre el turismo en México durante el siglo XX muestran que esta actividad fue una opción en regiones cuyo tejido productivo tradicional declinó, pero la reconversión les abrió nuevas oportunidades. Así, en Yucatán y en el puerto sinaloense de Mazatlán, en donde la producción de henequén en el primer caso y de la minería y el comercio en el segundo, dejaron de funcionar como motor de las economías locales, el turismo delineó una ruta hacia la reconversión productiva, no exenta de dificultades, pero que los convirtió en destinos turísticos de primer orden en México (Anaya, 2015; Román y Aguilar, 2010). En este sentido, el propósito de nuestra investigación consiste en explicar el camino que siguió la ciudad de Guanajuato para transitar de una especialización minera hacia otra en torno a los servicios, en que el turismo fue el eje para la mercantilización del espacio.

Hasta hace poco predominaba la idea acerca de que el turismo en Guanajuato era resultado de acciones objetivas, como la creación del Departamento de Turismo del Estado, en 1961, o la apertura del primer hotel de cinco estrellas, en 1966 (Ayuntamiento de Guanajuato, 2009: 29). Esta interpretación despoja de complejidad al turismo, como proceso de mercantilización del espacio, que conjunta un reordenamiento económico, socioespacial, de las estructuras de poder y de transformación cultural. En esta dirección han avanzado los trabajos de Martínez (2009), Sánchez (2012) y Vidaurri (2014), quienes han encontrado evidencia de ese cambio histórico durante las primeras décadas del siglo XX, sobre todo en los años veinte. Esta reformulación en la periodización coincide con las investigaciones críticas de que la moderna industria turística mexicana haya sido resultado de las políticas públicas del gobierno de Miguel Alemán (1946-1952). En cambio, varios trabajos recientes explican el proceso a partir de las condiciones que condujeron a que el turismo se configurara como una experiencia internacional moderna (Berger, 2006; Berger y Grant, 2010: 6-7).

El turismo, como una manifestación en que el trabajo y el ocio se organizan separadamente en la sociedad, se integró en la vida moderna a lo largo de los siglos XIX y XX (Urry, 1990: 2, 18-19). El crecimiento del turismo durante el siglo XIX se debió a varios factores, como el cambio tecnológico en los transportes, con el uso del barco de vapor y del ferrocarril, el mejoramiento en las condiciones de

salud, además de un conjunto de cambios sociales y culturales que alimentaron la curiosidad turística: la urbanización, las relaciones de género, la difusión de la arqueología, la historia y las ciencias en general, la invención de la fotografía, las prácticas deportivas, la accesibilidad a la música –particularmente a la ópera–, y el crecimiento de la industria editorial. En el siglo XX, la popularización del automóvil y más tarde del avión, hicieron accesibles más regiones y la formación de nuevas rutas turísticas. Las reformas laborales en diversos países que hicieron del tiempo libre un derecho de los trabajadores, con base en la reducción de la jornada laboral, el descanso dominical y las vacaciones pagadas, favorecieron al turismo como actividad comercial (Gordon, 2002: 126-133).

Una consecuencia adicional de la expansión del turismo en el mundo como actividad económica fue la intervención del Estado para su promoción, durante la primera mitad del siglo XX. (Gordon, 2002: 132 y 133). En México, el turismo se incorporó en los planes económicos gubernamentales desde finales de los años veinte, pues se asociaba con un capitalismo moderno y como una vinculación con el mundo, mediante la evocación de lo mexicano, entendido como un conjunto de expresiones nacionalistas. Esto implicaba la explotación comercial del paisaje natural, de los pueblos indígenas, del arte folklórico y de las construcciones monumentales, que incluía pirámides antiguas, edificios coloniales, monumentos porfirianos y construcciones modernas (Berger, 2006; Berger y Grant, 2010: 6-7).

Conviene considerar tres niveles de análisis complementarios para el estudio de la ciudad de Guanajuato como espacio turístico. Primero, el turismo como una industria global, que contribuye a la expansión capitalista, a la difusión de estilos de vida y del mercado mundial. Segundo, la influencia del Estado como rector, intermediario y regulador de los proyectos de modernización. Finalmente, la dimensión local, para identificar las dinámicas endógenas, los actores locales y las tendencias del mercado (López y Marín, 2010: 237). A lo largo de la exposición contemplaremos estas líneas de análisis para dilucidar los mecanismos de la transformación del tejido productivo en la ciudad de Guanajuato. Adicionalmente, sostenemos que la reconversión de esta ciudad fue parte de una ruptura histórica con respecto a la estructura económica de la región de estudio definida desde el virreinato, basada en la producción de plata en la sierra central de Guanajuato y de cereales básicos en el Bajío.

Para realizar esta investigación analizamos informes y correspondencia oficial procedente de archivos de Guanajuato, así como de diversos periódicos. El artículo incluye tres secciones, en la primera examinaremos el reajuste minero desde 1911, cuando la producción tendió a la baja y comenzaron a plantearse alternativas para la reactivación económica de la ciudad de Guanajuato, una de las cuáles fue el turismo. En la segunda sección propondremos que la reconversión económica fue obstaculizada por el despoblamiento y la falta de comunicaciones, aunque actuaron en sentido contrario la continuidad de la ciudad como capital estatal y centro administrativo. En la tercera sección examinaremos algunos elementos de la política de fomento y el surgimiento de organizaciones para la promoción del turismo, en las que colaboraron el gobierno y el sector privado.

2. El turismo como derrota ante la crisis minera

La reorganización de la ciudad de Guanajuato como espacio turístico fue uno de los cambios profundos en la economía y en la sociedad del estado de Guanajuato, durante las primeras décadas del siglo XX. La decadencia minera y el comportamiento errático de la producción de granos, principalmente de trigo y maíz, provocaron que Guanajuato se distanciara de la fisonomía económica prevaleciente desde el virreinato (Sánchez, 2012: 224-235). Al comienzo del siglo XX, la minería guanajuatense se reactivó mediante la inversión de capitales extranjeros, al mismo tiempo que aumentó la producción de trigo y maíz en el Bajío, que era la zona agrícola más fértil del estado y que le había dado fama como granero de Nueva España. Sin embargo, el panorama se enturbió, la minería y la agricultura decayeron y la emigración hacia Estados Unidos aumentó, de tal forma que, durante la década de 1920, el estado de Guanajuato se consolidó como un expulsor de población, junto con Jalisco y Michoacán (Gamio, 1930).

El centro minero de Guanajuato tuvo una fugaz bonanza al comienzo del siglo XX, en un momento en que, mediante inversiones extranjeras, la minería era la actividad más dinámica del sector exportador mexicano y pieza clave de la modernización emprendida durante el Porfiriato (1876-1911). Entre 1902 y 1907, Guanajuato recibió uno de los más elevados volúmenes de inversión en el país dirigidos hacia la minería, principalmente a través de empresas estadounidenses. La eficiencia en los procesos productivos aumentó debido al uso de electricidad y la sustitución del método de patio por el de cianuración, para la refinación de los minerales. La producción alcanzó un nivel máximo en 1911, pero posteriormente la tendencia cambió a la baja, por lo que a mediados del siglo XX se redujo en 90% respecto a la de 1911

(Sánchez, 2015: 188-215). Esta contracción fue desastrosa para la ciudad, debido a la fuerte imbricación entre la minería y la vida local.

La orientación de la ciudad de Guanajuato como espacio turístico se vinculó con un ajuste, que contribuyó a que la minería no se contrajera todavía más. La decadencia minera concentró el mercado, pues cerraron empresas y hacia mediados del siglo XX solamente operaban tres, además de diversas explotaciones rudimentarias.⁵ Estas empresas redujeron sus inversiones, especialmente en la exploración de yacimientos, para concentrarse en el beneficio de los minerales con mayor contenido de plata y oro, pues el procesamiento de minerales pobres no era lucrativo. En las minas proliferaron buscones, mineros en pequeña escala a quienes los empresarios les pagaban un porcentaje de los minerales extraídos. También se expandieron los lupios, que explotaban minas abandonadas mediante métodos tradicionales, y a quienes frecuentemente se les acusaba de ladrones. Ambas formas de trabajo resurgían en cada crisis y se caracterizaron por una baja productividad. Otro cambio en la producción fueron las cooperativas de trabajadores de finales de la década de 1930, establecidas como respuesta a conflictos obrero-patronales. Estas cooperativas privilegiaron el empleo en lugar de la obtención de ganancias, lo que lograron parcialmente con la inversión de fondos públicos. El gambusinaje, la tolerancia hacia los lupios, así como las cooperativas contuvieron la reducción del empleo, aunque de cualquier forma cayó a un tercio entre 1900 y 1950 (Sánchez, 2012: 106).

Tomando en cuenta la magnitud del declive minero y la escasez de alternativas para la reactivación de la ciudad, el reajuste minero significó un piso, que atemperó la caída del empleo y le proporcionó un respiro a la trastocada economía local. Este precario piso contribuyó a la reconversión productiva pues, si el empleo minero hubiera caído más o se hubieran paralizado las actividades, como ocurrió durante la década de 1910, la reconversión se habría complicado más. Una mayor desocupación pudo tener consecuencias económicas más perjudiciales, debido a la contracción de la demanda comercial y de los ingresos para la tesorería local. La calidad de los servicios públicos se habría deteriorado en mayor medida, además de que el empobrecimiento de la población y la tensión social se habrían agravado.

¿La revaloración de la ciudad de Guanajuato como espacio turístico se vislumbró pronto como una alternativa al declive minero? ¿Qué opciones se plantearon? Como veremos, la idea de convertir a Guanajuato en una ciudad para el consumo de mercancías culturales y experiencias compitió con otras que insistieron en que debía preservarse la estructura económica tradicional, aunque también hubo propuestas para el fomento comercial e industrial. Además, hubo posturas contrarias al turismo, al igual que en otras partes del país. Cuando el gobierno federal perfiló al turismo como un instrumento para la recuperación económica tras la crisis internacional de 1929, algunos críticos opinaron que corrompería la identidad y cultura mexicanas. México podía convertirse en un “parque de diversiones hedonista” al servicio de los extranjeros, “otra Cuba”, según creía el general José Quevedo, al frente del Departamento de Turismo en 1936 (Berger y Grant, 2010: 1).

En 1945, la Universidad de Guanajuato convocó a un concurso de propuestas para la revitalización de la economía local, pero solamente se presentaron un par de proyectos, uno de los cuáles insistía en la vocación minera de Guanajuato. En cambio, se aseguraba que los planes para convertirla en una ciudad turística equivalían a “un complejo de derrotismo”.⁶ Este rechazo se había presentado anteriormente, por ejemplo, en un documento oficial de 1842 se afirmaba que la vocación económica de la ciudad no era “agrícola ni artista” sino que su principal giro “había sido y sería” la minería (Preciado, 2009: 36). En aquél momento se vislumbraba un repunte minero, lo que efectivamente ocurrió, pero tras el declive productivo que le siguió a la bonanza de principios del siglo XX, la insistencia en que la minería era la única vía para el desarrollo de Guanajuato era cada vez más irreal.

Al inicio del siglo XX casi toda la población de la ciudad de Guanajuato estaba vinculada al trabajo minero, por lo que el comercio dependía de los vaivenes en las minas. Había carnicerías, panaderías, talleres y establecimientos que ofrecían productos provenientes principalmente de la ciudad de México –abarrotes, vinos, ropa, ferretería, papelería, mercería, medicinas y artículos de lujo–, además de pequeños locales de servicios. La mayoría de los alimentos y del forraje provenía del Bajío: alfalfa, trigo, maíz, frijol, garbanzo y pajas de trigo y cebada. Había una pequeña producción industrial orientada al consumo local: tenerías, fábricas de hielo, jabón, chocolate, fideos, cigarros, aguas gaseosas y ladrillo. La alfarería alcanzó cierta notoriedad y se comercializó en mercados más lejanos. También destacó la explotación y labrado de canteras para la construcción y la fortificación de las minas (Sánchez, 2012: 112 y 113).

Esta escasa diversificación obstaculizó la viabilidad de la ciudad conforme avanzó la crisis minera, pues ofrecía pocas alternativas. Las propuestas para impulsar nuevas actividades productivas en la ciudad de Guanajuato proliferaron, sobre todo desde la década de 1920, cuando el ánimo de reconstrucción

recorría al país después de los años más violentos de la Revolución mexicana. La rehabilitación de la minería fue una propuesta constante, pero también se mencionaron el comercio, la industria y el turismo como opciones para la reactivación económica. Algunos consideraban que la ciudad de Guanajuato podía convertirse en el principal centro de distribución comercial del estado debido a su localización geográfica, aunque otros plantearon que el camino a seguir era la industrialización.⁷

Una muestra de la sinuosa trayectoria que siguió la diversificación económica de la ciudad de Guanajuato es el trabajo de Francisco Antúnez Echagaray, como funcionario del gobierno del estado. Desde finales de la década de 1910, cuando apenas habían pasado los años más críticos de la Revolución mexicana y el centro minero de Guanajuato se había paralizado, Antúnez intentó convencer a diversos empresarios mineros para que invirtieran en el estado, pero sin éxito, pues la idea dominante era que los yacimientos estaban agotados.⁸ Tras este fracaso, Antúnez promovió la industrialización de la ciudad de Guanajuato y la construcción de carreteras para activar el comercio, además de que fue pionero en la promoción de éste como espacio turístico. En 1929, Francisco Antúnez redactó la ley sobre protección a la industria de Guanajuato, que otorgó facilidades fiscales para la fundación de nuevas industrias y, en cuanto a la ciudad, estableció franquicias para los empresarios, además de “apoyo moral y ayuda”, aunque no se precisaba cómo se concretarían tales apoyos.⁹ Antúnez viajó a Estados Unidos para promover la nueva legislación, pero sin éxito. El cónsul honorario de México en Cleveland mostró poco interés en la industrialización de la ciudad de Guanajuato y, en cambio, propuso que se facilitaran las leyes locales de divorcio, para que los estadounidenses aprovecharan esa legislación, lo que impactaría positivamente en la economía local. Antúnez propuso a la compañía Amiesite Asphalt Co. of America que estableciera una planta de asfalto en la ciudad de Guanajuato, para aprovechar su localización en el centro del país, pero el plan no se concretó.¹⁰ Tras estos intentos fallidos, Antúnez participó en la definición de medidas para convertir a Guanajuato en un espacio turístico, como veremos más adelante.

Otras propuestas contemplaron la producción de alfarería que, como dijimos, gozaba de cierto prestigio, así como el establecimiento de fábricas de vidrio, porcelana, tubos de metal, material eléctrico, ropa y equipo militar –para aprovechar la proximidad de los campos militares en Irapuato, Sarabia, Guadalajara y Morelia–.¹¹ La actividad industrial creció marginalmente, pues solamente aparecieron pequeños establecimientos para la demanda local.¹² Esta diversificación no debe desdeñarse, pues inyectó cierto dinamismo a la endeble economía de la ciudad, así como lo hizo la minería, con base en el reajuste productivo al que nos referimos antes. Por otro lado, entre los factores que explican este aletargado desempeño industrial destacan la escasez de comunicaciones entre la ciudad de Guanajuato y otras regiones, así como la competencia que ejercieron las ciudades del Bajío –Celaya, Irapuato y León–, que tenían una tradición manufacturera más arraigada y que resultaron más atractivas para los inversionistas. Así, mientras que diversos planes para la diversificación económica no prosperaron, solamente el desarrollo de la ciudad de Guanajuato como espacio turístico se fortaleció y significó su redefinición económica y cultural.

3. Alcances y límites de la reconversión económica

En 1949 el escritor Salvador Novo visitó la ciudad de Guanajuato para dirigir la puesta en escena de *La danza macabra*. En su crónica del viaje, Novo (1994: 273) describió la belleza de las calles y la majestuosidad del Teatro Juárez, pero agregó contundentemente: “Guanajuato debe de hallarse bien pobre.” Novo relató que, mientras contemplaba el templo de Valenciana, salieron “seis o siete chiquillos comovedoramente desnutridos y miserables” y que había encontrado “desoladoramente vacío” el mercado de dos pisos. La principal sorpresa del escritor fue que la ciudad lucía des poblada, “Llegó a tener seiscientos mil habitantes, y no le quedan más que veinte mil.” Aunque la ciudad de Guanajuato jamás concentró seiscientos mil habitantes, la exageración de Salvador Novo refleja la percepción acerca de la severa reducción demográfica que había ocurrido. La caída poblacional fue uno de los costos más visibles de la reconversión productiva, como resultado del comportamiento de la minería, su efecto en el empleo minero y su relación con otras actividades, en las condiciones de la pobre diversificación económica local.

La crisis minera y su impacto sobre los negocios locales provocaron que muchas familias que dependían del empleo minero abandonaran la ciudad, de tal forma que la población en el municipio pasó de casi 67 mil habitantes en 1910 a casi 33 mil en 1921. Lo más notable fue la lenta recuperación, ya que el número de habitantes de 1910 apenas se recuperó durante la década de 1970, lo que evidencia las enormes dificultades que afectaron la reconfiguración de la ciudad tras la pérdida de la centralidad histórica de

la minería. La emigración fue una opción creciente, al grado que la estructura poblacional por edades revela que el municipio de Guanajuato registró la mayor reducción en el intervalo de 20 a 39 años entre 1930 y 1950, lo que indica la expulsión de trabajadores (Sánchez 2012: 140 y 261). Esto favoreció el envejecimiento de la población, una variable que limitó la diversificación de las actividades. Este fenómeno es recurrente en las regiones mineras decadentes, pues la desocupación induce la emigración y las tasas de natalidad decrecen, lo que explica el envejecimiento progresivo de los habitantes (Romero y Santiago, 2010: 584). La estructura demográfica resultante puede obstaculizar el desarrollo de nuevas actividades debido a la falta de trabajadores, sobre todo de los especializados, como ha ocurrido en diversos centros mineros en declive que se reconvierten en lugares turísticos (Valenzuela, Palacios e Hidalgo, 2008: 242).

Un factor más que obstaculizó al incipiente turismo en Guanajuato consistió en la violencia derivada del enfrentamiento entre el Estado y la Iglesia, que condujo a la guerra cristera (1926-1929), y que generó una tensión que prevaleció hasta 1938. Esta confrontación tuvo como principal teatro de operaciones varios estados del centro occidente de México, sobre todo Jalisco, Guanajuato y Michoacán. Algunos estudiosos estiman que la violencia de estos años fue mayor que durante la Revolución mexicana, además de que agudizó la emigración, que había aumentado desde los años veinte en los estados mencionados (Gamio, 1930: 66 y 67; Durand, 1991: 10). El monumento a Cristo Rey ubicado en Silao, a unos minutos de la ciudad de Guanajuato, que actualmente es visitado por creyentes católicos y turistas, fue destruido por la aviación del ejército federal, lo que atizó los levantamientos. Estas condiciones afectaron al turismo, pues la paz y la estabilidad son clave para el éxito de esta industria. (Berger y Grant, 2010: 7). Aunque la violencia en Guanajuato se concentró al norte del estado, probablemente las noticias y rumores acerca de los conflictos, además del bandidaje asociado con esta clase de problemas, inhibieron a muchos de los turistas potenciales.

Mientras que la demografía y la violencia afectaron el desarrollo del turismo, en sentido opuesto actuó la permanencia de la ciudad de Guanajuato como capital estatal y, por lo tanto, sede de los poderes políticos locales. De esta manera, Guanajuato reafirmó su condición como una ciudad administrativa, de tal manera que su reordenamiento como ciudad turística constituyó un paso adicional hacia una especialización basada en la oferta de servicios. El riesgo de que Guanajuato perdiera su estatus como capital del estado era real, debido a la rivalidad histórica con la vecina ciudad de León, localizada en el corazón del Bajío. En 1915, en plena Revolución mexicana, las fuerzas de Pancho Villa nombraron a León como capital del estado, pero tras unos meses la medida se revirtió, aunque los comerciantes e industriales leoneses insistieron en que León debía de ser la capital estatal (Blanco, Parra y Ruíz, 2000: 178). La constitución local, promulgada en 1917, incluyó candados jurídicos para que se dificultara un posible cambio de la capital, con el propósito de que contribuyera a la alicaída economía de la ciudad de Guanajuato (Sánchez, 2012: 125). Esto garantizó la continuidad de la ciudad como centro administrativo, favoreció la aglomeración de las oficinas públicas y del personal respectivo, además de que alentó un flujo de población flotante. En 1945 fue construido un edificio sobre las ruinas de la antigua Casa de Moneda, que concentró las oficinas federales de correos, telégrafos y hacienda.¹³ Este perfil administrativo se fortaleció con el Colegio del Estado, que alimentaba el prestigio cultural que históricamente conservó la ciudad de Guanajuato. La afirmación de que Guanajuato era una "ciudad culta" fue utilizada frecuentemente para diferenciarse de León. Durante la primera mitad del siglo XX el Colegio acrecentó sus instalaciones, la comunidad académica se volvió más numerosa y en 1945 se transformó en la Universidad de Guanajuato (Rábago, 1997: 97-144). En 1925 se inscribieron cien estudiantes, pero en 1947 el número creció a 1,256, de los cuales 60 por ciento estudiaba en la ciudad de Guanajuato y el resto en León y Celaya. Para 1951 la población estudiantil había crecido en 70 por ciento al registrarse más de 2,100 alumnos (Guerrero, 1991: 707). Es así que, hacia mediados del siglo XX, era evidente la conformación de un tejido productivo con un predominio de los servicios pues, de acuerdo con un informe del gobierno del estado, la economía de la ciudad de Guanajuato se sustentaba en cuatro elementos: la burocracia, el turismo, la Universidad y, en último lugar, la minería.¹⁴ De esta manera, la histórica ciudad minera era cosa del pasado.

Un cuello de botella en el desarrollo de infraestructura turística fue la falta de comunicaciones. Una nota periodística de 1928 cuestionaba la condición de Guanajuato como capital estatal, pues solamente contaba con "una estación terminal de vigésimo orden, y una mala carretera que llega hasta Silao", lo que dificultaba el contacto con las distintas poblaciones.¹⁵ Esta situación contrasta con la de Taxco, otro famoso centro minero localizado en Guerrero, que declinó a principios del siglo XX. La carretera México-Acapulco, inaugurada en 1928, fue vital para el resurgimiento de Taxco, que se convirtió en sede de talleres de joyería de plata, residencia de numerosos artistas y atractivo para turistas nacionales y

extranjeros. Este reordenamiento económico, socioespacial y cultural provocó un aumento poblacional de 2,371 a 10 mil habitantes entre 1921 y 1950, un ritmo de crecimiento contrario al aletargamiento demográfico de la ciudad de Guanajuato (Babini, 2005: 95; Leal, 2007: 116). Durante la década de 1920, el principal proyecto vial en torno a la ciudad de Guanajuato consistió en la construcción de la carretera a Dolores Hidalgo, que se anunció como la clave para el resurgimiento de la ciudad, que contribuiría a que “sea la capital de grandezas que fuera en otros tiempos.”¹⁶ La idea era facilitar las comunicaciones con el norte del estado, para la ampliación del abastecimiento de alimentos de la ciudad y también para favorecer el turismo, debido a que se consideraba que el paisaje natural del trayecto, “excepcionalmente pintoresco”, era un atractivo adicional.¹⁷ Con el tiempo, la infraestructura de comunicaciones se expandió más en las ciudades del Bajío que en cualquier otra región del estado, de tal manera que la ciudad de Guanajuato reforzó su vinculación histórica con esas ciudades, aunque en una posición subsidiaria debido a su declive económico.

4. La revaloración de la ciudad de Guanajuato como lugar turístico

A finales de la década de 1920 el arribo de excursiones turísticas a Guanajuato era cada vez más frecuente, pero aún causaba sorpresa entre la población. La prensa local informaba sobre la llegada de visitantes extranjeros en un tono que confirma lo novedoso del fenómeno. En 1926, en una crónica periodística sobre el arribo de turistas extranjeros se leía: “Por la noche, como a las 24 horas, el tren especial que conduce a estos viajeros, se alejó de la Estación de Tepetapa, ante la presencia de numeroso público que a esa hora aun paseaba por los andenes de la estación.” Otro diario informaba que “en el transcurso de la semana que hoy empieza visitarán a Guanajuato gran número de excursionistas.”¹⁸ En 1931, cuando la minería sufría el impacto de la depresión internacional, el gobernador Agustín Arroyo (1991: 389) informó que Guanajuato había recibido excursiones de turistas estadounidenses. Esta fue la primera mención sobre el turismo en un informe del gobierno del estado.

La mercantilización para el consumo de la ciudad de Guanajuato como lugar turístico incluyó la formación de organizaciones y la implementación de medidas de fomento, en concordancia con los planes del gobierno federal, lo que implicó distintos niveles de coordinación con el gobierno estatal. A finales de la década de 1920 el gobierno federal reconoció formalmente los beneficios económicos del turismo y comenzó con el estudio, la organización y la promoción de esta actividad. En 1928, el gobierno federal creó la Comisión Pro-Turismo, dependiente de la Secretaría de Gobernación, dedicada a estudiar y recomendar acciones para el desarrollo turístico. Poco después surgió la Comisión Mixta Pro-Turismo, que incorporó a representantes del sector privado. En la coyuntura de la crisis internacional de 1929 el turismo adquirió una importancia especial para la política económica mexicana, porque atraía divisas necesarias para la reducción del déficit en la balanza de pagos (Berger, 2006: 2-7). El turismo extranjero creció rápidamente durante la década de 1930, alentado por la devaluación monetaria y la construcción de carreteras, por lo que las divisas obtenidas equivalieron al 7% de las exportaciones de mercancías en 1940 (Cárdenas, 1987: 42).

Las comisiones pro-turismo también surgieron en Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Colima, Guadalajara, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco y Yucatán. En 1929, por acuerdo del gobierno de Guanajuato, se fundó la Comisión Pro-Turismo de la ciudad de Guanajuato, cuyo primer presidente fue Francisco Antúnez Echagaray.¹⁹ Como dijimos, Echagaray intentó fallidamente atraer inversiones hacia la minería y para la industrialización de la ciudad, pero a finales de los años veinte se convirtió en un promotor del turismo. Esta Comisión se encargó de la promoción turística de Guanajuato en México y en el extranjero, sobre todo en Estados Unidos, así como del estudio de medidas para el fomento de esta actividad. La atracción de turistas estadounidenses fue prioritaria, por lo que a principios de la década de 1930 el gobierno del estado y algunos empresarios editaron un folleto en inglés titulado *Guanajuato. Pictorial México*.²⁰ La carátula estaba ilustrada con una fotografía panorámica de la ciudad de Guanajuato y al reverso se encontraba un listado de las empresas que colaboraron en la publicación: Guanajuato Consolidated Mining and Milling Co., De Votie and Lujan S.A., Cámara Nacional e Industrial de León, Banco de Londres y México, S.A. (León), Banco Nacional de México (Irapuato), Compañía Hidroeléctrica Guanajuatense, S.A. y Mexican Telephone and Telegraph Company. Asimismo, en 1934, el gobierno de Guanajuato nombró a un representante en Nueva Orleans, con el fin de atraer a los turistas estadounidenses.²¹ Por otro lado, en 1939 fue instalada una oficina en la ciudad de México para la promoción del turismo en Guanajuato.²² En cuanto a la legislación, destaca la Ley de planeación del Estado de Guanajuato, que incluyó disposiciones para la planeación urbanística,

así como la formación de una comisión que vigilaría la conservación de los monumentos artísticos e históricos y que funcionaría como órgano consultivo para la construcción de obras públicas en los municipios y ciudades.²³ Además, en 1942, el congreso local declaró a la ciudad de Guanajuato “Ciudad histórica y típica”. Esta denominación se fundamentó en una ley que normó el crecimiento urbano y la conservación de los inmuebles de la ciudad, para preservar “su aspecto de población antigua”,²⁴ un rasgo de la transformación del patrimonio arquitectónico para el consumo.

En la oferta turística mexicana, la ciudad de Guanajuato se colocó como un espacio asociado con la noción del “México viejo”, debido a su patrimonio arquitectónico de origen colonial, lo mismo que ciudades como México, Monterrey, Puebla y Taxco. De acuerdo con Alex Saragoza (2001: 96-100) esta vertiente turística, que implicaba la construcción y restauración de museos y monumentos para la exhibición del patrimonio nacional, fue de las principales influencias que modelaron la oferta turística mexicana de aquéllos años, que se definía en el nivel local y constituía un vínculo con la política federal de promoción turística. Otras influencias fueron el indigenismo, relacionado con los sitios arqueológicos, la recuperación y representación del México “auténtico”, asociado con el concepto de folklore y la recuperación de la cultura vernácula. Este tipo de espacios turísticos, orientados al consumo de las ciudades como poblados típicos de origen colonial, también se desarrolló en otro municipio guanajuatense, San Miguel de Allende, localizado en la sierra central del estado, lo mismo que la ciudad de Guanajuato. La conversión de San Miguel de Allende en un espacio turístico, le permitió contrarrestar el decrecimiento de sus actividades tradicionales, –agricultura, ganadería y manufactura de textiles–, afectadas por la violencia de la guerra cristera, la reforma agraria y la emigración. El gobierno y distintos individuos y agrupaciones privadas construyeron gradualmente la identidad turística de San Miguel como un “típico pueblo mexicano”, debido a su arquitectura colonial y porque formó parte del teatro de operaciones en el curso de la guerra de independencia, lo mismo que la ciudad de Guanajuato. El establecimiento de escuelas de arte, el arribo de intelectuales extranjeros bohemios y de veteranos del ejército estadounidense le imprimieron fuerza al turismo en San Miguel de Allende, que hacia 1950 era reconocida internacionalmente (Pinley, 2010).

Un resultado inicial de las acciones para el fomento turístico de la ciudad de Guanajuato fue la formación de una heterogénea agenda de trabajo: desarrollo de vías de comunicación, reglamentación de servicios turísticos, medidas para la conservación, limpieza y construcción de infraestructura, suministro de agua potable, establecimiento de una policía eficiente, dotación de servicios turísticos, como guías y centros de información, así como una política para el cuidado del patrimonio arquitectónico de la ciudad.²⁵ La pobreza de la tesorería municipal limitó las acciones, un problema común en las regiones mineras en declive, que dificultó la reconversión económica en la medida en que la calidad de los servicios públicos se deteriora y no es posible construir la infraestructura pública necesaria para el desarrollo de nuevas actividades (Valenzuela, et al., 2008: 242). Al respecto, en la prensa se publicaron críticas hacia los organismos encargados del fomento turístico, acusaciones a los funcionarios por “apáticos”, así como denuncias por el deterioro de los monumentos arquitectónicos. En 1936, un diario denunció el abandono del patrimonio artístico colonial, debido al estado lamentable del templo de San Juan de Rayas “totalmente desmantelado, ruinoso y en vías de desaparecer”, así como el de Valenciana “que está por desplomarse y anchas grietas dolorosas abren sus muros”. En 1944, el rector de la Universidad Nacional visitó Guanajuato y afirmó que era una ciudad turística de primer orden, pero lamentó que la Alhóndiga de Granaditas estaba convertida en “una pocilga inmundas”²⁶ En 1949, en otro diario se denunció el mal estado del famoso Callejón del Beso, por lo que se urgía a los miembros del Comité Pro-Turismo a atender el asunto “antes que pedir a gritos que vengan centenares de visitantes a ver lo mal organizados que estamos”.²⁷

Estas críticas eran frecuentes en otros lugares turísticos de México pues, como ha afirmado Dina Berger (2006: 7), esta etapa se caracterizó por la pobre organización, las bajas ganancias, el pequeño flujo de visitantes y la mala prensa, aunque las cosas mejoraron a partir de la década de 1930. A pesar de las deficiencias y las limitaciones presupuestales, la ciudad de Guanajuato transitó de manera incipiente hacia una nueva especialización económica. Este proceso incluyó acciones objetivas, como la construcción y mejoramiento de la infraestructura urbana, que se realizó cada vez más explícitamente con el propósito de redefinir a la ciudad como un espacio turístico.²⁸ La falta de agua fue una restricción mayúscula para el turismo; el escritor Salvador Novo (1994: 272) recuerda que visitó Guanajuato en 1949 y el agua del hotel le parecía orines, “un agua turbia y amarilla que no debe beberse”.²⁹ A mediados del siglo XX se implementó una solución parcial para este problema, mediante la construcción de algunas obras hidráulicas. En 1949 comenzó la construcción de la Presa de la Soledad y en 1955 fue instalada la primera planta de tratamiento en el Mineral de Valenciana. Las obras de ornato también fueron realizadas con propósitos turísticos, como la construcción del monumento al Pípila (1939), así como la

restauración del patrimonio histórico de la ciudad, por ejemplo, la remoción del palacio del Conde de Valenciana (1945), el reacondicionamiento de la Alhóndiga de Granaditas (1949), que había funcionado como cárcel, o la remodelación de la Universidad a finales de la década de 1940, que con el tiempo se convirtió en un atractivo turístico.

A mediados del siglo XX, Guanajuato estaba incluido en la oferta turística mexicana, que se concentraba en algunos estados. Una estadística indica que Guanajuato fue la sexta entidad por el número de establecimientos de hospedaje y la séptima de acuerdo con la cantidad de cuartos de hospedaje en México (Álvarez, 1960: 300-301). La oferta turística del estado estaba distribuida entre sus principales ciudades, que formaban uno de los sistemas urbanos más importantes de México. Pocos estados del país contaban con el número de ciudades que existían en el Bajío, lo que se presentó como un atractivo para los visitantes. La ruta turística Lagos-Ciudad de México, que pasaba por doce ciudades en cuatro estados del país, incluía siete ciudades guanajuatenses: San Miguel de Allende, Celaya, Salamanca, Irapuato, Guanajuato, Silao y León. Aunque la ciudad de Guanajuato perdió la importancia poblacional que había tenido en el curso del siglo XIX, el hecho de que formara parte de esta concentración urbana favoreció su redefinición como lugar turístico en el siglo XX. La terciarización económica de la ciudad se consolidó durante el resto del siglo, con el turismo como actividad central, mientras que la minería ratificó su carácter secundario en la economía local.

5. Conclusiones

Durante las primeras décadas del siglo XX, en la ciudad de Guanajuato se desarrolló un proceso que la convirtió gradualmente en un espacio para su consumo turístico, lo que implicó cambios en su especialización productiva, de reorganización del espacio y de resignificación de su patrimonio arquitectónico y cultural. Esta mercantilización del espacio fue parte de una transformación de dimensiones internacionales, que consistió en la reestructuración de distintos lugares para su consumo turístico, implicó una creciente importancia económica del turismo, así como una mayor influencia de sus repercusiones sociales. La consolidación del turismo en la sociedad moderna coincidió con el declive minero de la ciudad de Guanajuato, lo que contribuyó a su supervivencia mediante una profunda redefinición económica. Conviene subrayar la magnitud del cambio, pues la minería fue el motor económico de la ciudad de Guanajuato desde el virreinato y había sido fundamental para su articulación social y cultural.

En cuanto a la nueva especialización productiva, debe destacarse la importancia del reajuste minero, pues proporcionó una base mínima, que formó parte de la ruta que siguió Guanajuato para convertirse en una ciudad turística. Este reajuste no detuvo la caída de la producción ni del empleo en la minería, pero implicó un nivel de actividad que absorbió una porción de la demanda laboral y le dio cierto soporte al comercio local. De cualquier forma, el empleo minero tendió a la baja, lo que afectó el comportamiento poblacional, pues la emigración fue una constante, de tal forma que el cambio hacia una economía de servicios estuvo condicionada por una oferta laboral escasa y envejecida, que se revirtió con mucha lentitud. La permanencia de Guanajuato como capital estatal y sede de la Universidad de Guanajuato, contuvieron la emigración, alentó los flujos de población flotante y contribuyeron a que Guanajuato se perfilara como una ciudad administrativa, es decir, estructurada en torno a la prestación de servicios. Las minas se mantuvieron con altibajos durante el resto del siglo XX, pero quedó atrás su papel central en la economía citadina. La génesis del nuevo tejido productivo, con la construcción de esta ciudad como un lugar turístico, y el acento en la producción de servicios, fue una faceta del cambio histórico en la región que comprende el estado de Guanajuato, que rompió con la fisonomía económica definida durante el virreinato. La transformación de la ciudad de Guanajuato fue lenta y tuvo consecuencias severas para una parte amplia de la sociedad, prueba de ello fue su comportamiento demográfico y la pérdida de su envergadura en la jerarquía urbana nacional, pero la resignificación de su patrimonio histórico y cultural construyó un horizonte con mayores posibilidades, que la especialización minera no ofreció.

Archivos

AHGG, SG-TD: Archivo Histórico General del Gobierno del Estado de Guanajuato. Fondo Secretaría de Gobierno. Sección Tercer Departamento.

AHUG, CPA: Archivo Histórico de la Universidad de Guanajuato, Colección Ponciano Aguilar.

Hemerografía

EN: *El Noticioso*, Guanajuato, Gto.

EG: *Estado de Guanajuato*, Guanajuato, Gto.

GDB: *Guanajuato. Diario del Bajío*, Irapuato, Gto.

POEG: *Periódico Oficial del Estado de Guanajuato*, Guanajuato, Gto.

Bibliografía

Álvarez, José

1960. "El Turismo", en *México. Cincuenta años de Revolución. Tomo I. La Economía* (pp. 291-309). México: Fondo de Cultura Económica.

Anaya Merchant, Luis

2015. "Henequén, chicle y turismo. el financiamiento estatal para la transformación de la economía yucateca, 1915-1970". En *Legajos*, número 7, julio-septiembre: pp. 35-59.

Arroyo, Agustín

1991. "Informe que rindió Agustín Arroyo Ch., el 15 de septiembre de 1931". En *Guanajuato en la voz de sus gobernadores. Compilación de Informes de Gobierno 1917-1991*, tomo 1 (pp. 375-406). Guanajuato, México: Gobierno del Estado de Guanajuato.

Ayuntamiento de Guanajuato

2009. *Plan de gobierno municipal de Guanajuato 2009-2012*. Guanajuato, México: Ayuntamiento de Guanajuato.

Babini Baan, Andrea

2005. *Taxco de Alarcón. Evolución de una antigua ciudad minera*. Chilpancingo, Guerrero: Universidad Autónoma de Guerrero.

Berger, Dina

2006. *The development of México's Tourism Industry. Pyramids by day, martinis by Night*. United States of America: Palgrave Macmillan.

Berger, Dina y Andrew Grant

2010. "Introduction: tourism studies and the tourism dilemma". En Dina Berger y Andrew Grant (eds.), *Holiday in Mexico. Critical reflections on tourism and tourist encounters* (pp. 1-20). United States of America: Duke University Press, Durham and London.

Blanco, Mónica, Alma Parra y Ethelia Ruiz

2000. *Breve historia de Guanajuato*. México: Fondo de Cultura Económica.

Cañizares Ruiz, María del Carmen

2008. "El atractivo turístico de una de las minas de mercurio más importantes del mundo: el parque minero de Almadén (Ciudad Real). En *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, España, no. 21: pp. 9-31.

Cárdenas Sánchez, Enrique

1987. *La industrialización mexicana durante la Gran Depresión*. México: El Colegio de México.

Cerutti, Mario

2008. "Crisis y reconversión del tejido productivo en un espacio regional del norte de México: La Laguna (1875-1975)". En *Investigaciones de Historia Económica*, invierno, número 10: pp. 97-128.

Durand, Jorge

1991. "Presentación", en Jorge Durand, (comp.), *Migración México-Estados Unidos. Años veinte* (pp. 9-17). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Gamio, Manuel

1930. *Mexican immigration to the United States. A study of human migration and adjustment*. Chicago, Illinois: The University of Chicago Press,.

Gordon, Bertram

2001. "El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX". En *Historia contemporánea*, número 25: pp. 125-156.

Guerrero, Nicéforo

1991. "Informe que rindió Nicéforo Guerrero, el 15 de septiembre de 1947". En *Guanajuato en la voz de sus gobernadores. Compilación de Informes de Gobierno 1917-1991*, tomo 1 (pp. 693-744). Guanajuato, México: Gobierno del Estado de Guanajuato.

Leal, Felipe

2007. "Taxco y la carretera a Acapulco". En Fernando Curiel (ed.), *Taxco. La perspectiva urbana* (pp. 111-124). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

López Santillán, Ángeles y Gustavo Marín Guardado

2010. "Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura". En *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, vol. XXXI, núm. 123, El Colegio de Michoacán: pp. 219-258.

Martínez Ortega, Claudia Janet

2009. *La formación turística de la ciudad de Guanajuato*. México, Guanajuato: Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Historia, Tesis de Licenciatura en Historia. Novo, Salvador

1994. *La vida en México en el período presidencial de Miguel Alemán*, compilación y nota preliminar de José Emilio Pacheco, Colección Memorias Mexicanas. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Pinley Covert, Lisa

2010. "Colonial outpost to artist's mecca: conflicto and collaboration in the development of San Miguel de Allende's tourist industry". En Dina Berger y Andrew Grant (eds.), *Holiday in Mexico. Critical reflections on tourism and tourist encounters* (pp. 183-220). United States of America: Duke University Press, Durham and London.

Preciado de Alba, Carlos Armando

2007. *Guanajuato en tiempos de la intervención francesa y el Segundo Imperio*. Guanajuato, México: Universidad de Guanajuato, Centro de Investigaciones Humanísticas.

Rábago, Diego León

1997. *Compilación histórica de la Universidad de Guanajuato*. Guanajuato, México: Centro de Investigaciones Humanísticas, Universidad de Guanajuato, Grupo Financiero Serfin, Guanajuato.

Román Alarcón, Rigoberto Arturo y Gustavo Aguilar

2010. "La reconversión del tejido productivo en Mazatlán: de la minería y el comercio a la pesca y el turismo, 1910-1970". En *Meyibó, Nueva Época*, número 2, Universidad Autónoma de Baja California: pp. 57-93.

Romero Macías, Emilio y Antonio Santiago Cumbreras

2010. "Poblados y explotaciones mineras como fuentes de recursos del turismo rural: el Andévalo Occidental, Huelva (España)". En *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, no. 4, España: pp. 583-594.

Sánchez Rangel, Oscar

2012. *La transformación de la economía tradicional mexicana. Guanajuato: mutaciones costosas durante la primera mitad del siglo XX*, México: El Colegio de México, Tesis de Doctorado en Historia.

Sánchez Rangel, Oscar

2015. "Inversión extranjera y minería. La reactivación de la producción de plata en el Guanajuato porfiriano". En María Luna Argudín y María José Rhi Sausi (coords.), *Repensar el siglo XIX. Miradas historiográficas desde el siglo XX* (pp. 188-215), Colección Biblioteca Mexicana. México: Fondo de Cultura Económica, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Universidad Autónoma Metropolitana.

Saragoza, Alex

2001. "The selling of Mexico: tourism and the state, 1929-1952". En Gilbert Joseph, Anne Rubenstein y Eric Zolov (eds.), *Fragments of a Golden age. The politics of culture in Mexico since 1940* (pp. 91-115). United States of America: Duke University Press.

Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Guanajuato

2012. *Compendio de la actividad turística. Estado de Guanajuato*, México: Gobierno del Estado de Guanajuato.

Urry, John

1990. *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, Londres: Sage.

Valenzuela Rubio, Manuel, Antonio Palacios García y Carmen Hidalgo Giralt

2008. "La valoración turística del patrimonio minero en entornos rurales desfavorecidos. Actores y experiencias". En *Cuadernos de Turismo*, no. 22, Universidad de Murcia, España: pp. 231-260.

Vidaurri Arechiga, José Eduardo

2014. "Escorzo de la actividad turística en Guanajuato 1890-2010. Hacia una caracterización del turismo en la región. Primera Parte". En *Colmena Universitaria*, número 93, Universidad de Guanajuato: pp. 47-61.

Notas

- ¹ Agradezco a los dictaminadores anónimos, cuyos comentarios fueron muy útiles para la culminación del artículo. Este trabajo forma parte del proyecto colectivo registrado en la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guanajuato titulado “Espacios rurales y urbanos en Guanajuato durante la era liberal, 1900 –1929”.
- ² “Se filmará una película en Guanajuato”, GDB, 1 de septiembre de 1944.
- ³ “La película “Bugambilia” grandioso éxito de la cinematografía nacional”, GDB, 16 de octubre de 1945.
- ⁴ EN, 8 de diciembre de 1929.
- ⁵ AHGEG, SG-TD, Memorándum del gobierno de Guanajuato para Ramón Beteta, secretario de Hacienda y Crédito Público, 1948.
- ⁶ Jorge Martín, “Guanajuato de Hogaño”, EG, 7 de mayo de 1949; “Gobierno y Universidad abordan el problema de la industrialización de la vieja ciudad minera”, GDB, 22 de junio de 1945.
- ⁷ AHUG, CPA, caja 20, exp. 46, Iniciativa para la formación del Comité Pro-Guanajuato, México, D.F., 16 de diciembre de 1922, Talleres de H. Barrales Sucre.
- ⁸ AHUG-CPA, Caja 26, Exp: Minas. Correspondencia profesional, 1900-1920, carta de Francisco Antúnez Echagaray a Ponciano Aguilar, 9 de diciembre de 1917.
- ⁹ POEG, 3 de enero de 1929, Artículo 5º de la Ley sobre protección a la industria en el estado de Guanajuato, 21 de diciembre de 1928.
- ¹⁰ AHGEG, SG-TD, Industrias, Informe elaborado por Francisco Antúnez Echagaray para el gobernador de Guanajuato sobre las gestiones para promover el desarrollo del estado, México, D.F., 1 de marzo de 1929.
- ¹¹ “La industria de la cerámica puede robustecer la economía de la capital del estado”, GDB, 20 de mayo de 1945; “Gobierno y Universidad abordan el problema de la industrialización de la vieja ciudad minera”, GDB, 22 de junio de 1945.
- ¹² “Nueva industria en esta capital”, EN, 12 de julio de 1925.
- ¹³ “Se aprobó el presupuesto para erigir el Palacio Federal”, EG, 14 de octubre de 1944; “Está por terminarse la edificación de un palacio”, GDB, 9 de diciembre de 1945.
- ¹⁴ AHGEG, SG-TD: Generalidades, Memorándum del gobierno de Guanajuato para Ramón Beteta, secretario de Hacienda y Crédito Público, 1948.
- ¹⁵ “La construcción del camino a Dolores Hidalgo pronto será un hecho”, EN, 15 de julio de 1928.
- ¹⁶ “El Resurgimiento de Guanajuato pronto será un hecho. La construcción del Camino a Dolores reportará grandes beneficios en la vida económica del estado.”, EN, 3 de noviembre de 1929; “Un llamado a todos los guanajuatenses. La Construcción de vías de comunicación traerá el resurgimiento de Guanajuato.”, EN, 10 de noviembre de 1929; AHGEG, SG-TD, Hacienda del estado, Informe del director de caminos del Estado al Gobernador en relación con la construcción de caminos del 1º de septiembre de 1928 al 31 de diciembre de 1929”, Silao, Gto., 17 de marzo de 1930.
- ¹⁷ AHGEG, SG-TD, Generalidades de Fomento, carta de Francisco Antúnez y Estanislao Barrón, del Comité Local Pro-Turismo, al Departamento de Turismo de El Banco de México S.A., 10 de octubre de 1930.
- ¹⁸ “Excursionistas americanos”, EN, 31 de enero de 1926; “Próximamente visitarán esta capital un gran número de excursionistas”, EN, 3 de noviembre de 1929.
- ¹⁹ AHGEG, SG-TD, REF, Acuerdo del Ejecutivo de Guanajuato, 5 de septiembre de 1929.
- ²⁰ AHGEG, Boletines, suscripciones, publicaciones y folletos, 3.93.
- ²¹ “Visita de una famosa escritora norteamericana”, EN, 11 de marzo de 1934.
- ²² AHGEG, SG-TD, Turismo, carta de Carlos Mares Martínez a Mauro Visos, Oficial Mayor del Gobierno de Guanajuato, México, D.F., 8 de junio de 1939.
- ²³ POEG, 4 de enero de 1931, Ley sobre planeación del Estado de Guanajuato; AHGEG, SG-TD, Leyes, carta de Francisco Antúnez Echagaray a Rafael Rangel, Secretario General de gobierno de Guanajuato, Guanajuato, Gto., 21 de noviembre de 1930.
- ²⁴ POEG, Decreto 88, H. XXXVIII Legislatura Constitucional del Estado de Guanajuato, Ley sobre protección y conservación de la ciudad de Guanajuato, declarándola población histórica y típica, mayo de 1942.
- ²⁵ Carta de Francisco Antúnez Echagaray, presidente de la Comisión Pro-Turismo de la ciudad de Guanajuato, a los miembros de la Comisión, Guanajuato, Gto., 14 de octubre de 1929; “Atinadas consideraciones nos presenta la cámara de comercio” EG, 1949.
- ²⁶ “Honda indignación por el descuido de monumentos artísticos”, EN, 23 de agosto de 1936. “El rector de la Universidad Nacional”, GDB, 9 de abril de 1944.
- ²⁷ “Sugestiones a Turismo”, EG, 7 de mayo de 1949.
- ²⁸ “Se habla de modernizar Guanajuato”, GDB, 10 de octubre de 1941; “Guanajuato, un lugar turístico”, GDB, 14 de octubre de 1941; “Nueva avenida en Guanajuato”, GDB, 16 de diciembre de 1942; “La ciudad en la ruta turística” y “Afluirá el turismo a la ciudad. Se construyen y acondicionan hoteles para recibir excursionistas”, EG, 10 de noviembre de 1945.
- ²⁹ “Cómo puede subsanarse la escasez del agua”, EN, 14 de junio de 1925; “¿Faltará en Guanajuato el agua?”, EN, 16 de agosto de 1925. “El agua de la Presa de Esperanza causa de enfermedades serias”, EN, 28 de septiembre de 1930. “Vecinos que se quejan del pésimo servicio de aguas que hay en la ciudad”, EN, 23 de agosto de 1936. “Guanajuato se envenena paulatinamente con el agua de uso diario”, EG, 23 de abril de 1949.

Recibido: 10/10/2017

Reenviado: 21/01/2019

Aceptado: 21/01/2019

Sometido a evaluación por pares anónimos

Una gestión alternativa de centros históricos: La Habana Vieja, Cuba

Norma Elizabeth Levrاند*

Universidad Nacional del Litoral (Argentina)

Resumen: En su evolución permanente, el concepto de patrimonio cultural ha llegado a incorporar, en los últimos años, el patrimonio inmaterial y la interacción humana, formulando un concepto dinámico del mismo. Este concepto, que es enunciado como “patrimonio integral”, comprende la obra humana y la de la naturaleza, entendidas como producciones interdependientes. Asimismo una amalgama entre la protección del patrimonio cultural y la noción de desarrollo sustentable se ha cristalizado, a nivel internacional, en documentos emanados de la UNESCO. El objetivo de este trabajo es caracterizar los dispositivos jurídicos que traducen políticas alternativas del desarrollo, considerando el desarrollo en su aplicación al patrimonio cultural integral y a los centros históricos como categoría de éste. Para ello, se tomará como caso testigo la regulación que se ha implementado en el Centro Histórico de La Habana, Cuba.

Palabras Clave: Desarrollo; Centros históricos; Patrimonio integral; Gobernanza; La habana vieja.

An alternative management of historical centers: La Habana Vieja, Cuba

Abstract: The concept of cultural heritage has come to incorporate, in recent years, intangible heritage and human interaction, by formulating a dynamic concept of itself. This concept, which is enunciated as ‘comprehensive heritage’, shifted to a comprehensive conception including tangible and intangible goods, and the nature, that’s understood as interdependent productions. Also, an amalgam between the protection of the cultural heritage and the notion of sustainable development has crystallized, at international level, in documents emanating from the UNESCO. The objective of this study is to characterize legal devices that translate alternative development policies, whereas the development in its application to comprehensive cultural heritage and historical centres such as this category. For this reason, this article will be taken as case witness the regulation that has been implemented in the Historic Centre in Havana, Cuba.

Keywords: Development; Historic centres; Comprehensive heritage; Governance; La habana vieja.

1. Introducción

El reconocimiento de los centros históricos como bienes integrantes del patrimonio cultural forma parte de una evolución del concepto mismo de patrimonio. Desde su definición como conjunto de bienes que posee una persona hasta llegar al sintagma “patrimonio cultural”, se advierte una modificación de lo individual a lo colectivo y de lo privado a lo público, sumado a una ampliación de los criterios de valoración y una mayor relevancia de lo inmaterial y simbólico (Murriel, 2007).

La incorporación de los centros históricos puede rastrear hasta la década de 1960, en la que una consideración del entorno de los monumentos y conjuntos protegidos propone un nuevo dimensionamiento de la espacialidad de los monumentos (Guido, 1988). Ello desemboca en una incorporación de la complejidad urbana a la preservación patrimonial monumental. Así, el eje de la problemática vira hacia el mantenimiento de la relación entre lo viejo y lo nuevo, cuestión que seguirá en debate hasta la actualidad (Waisman, 1995 y Carrión Mena, 2006).

En su evolución permanente, el concepto de patrimonio cultural ha llegado a incorporar, en los últimos años, el patrimonio inmaterial y la interacción humana, formulando un concepto dinámico del

* Universidad Nacional del Litoral (Argentina); E-mail: normalevrاند@gmail.com

mismo. Este concepto, que es enunciado como “patrimonio integral”, comprende la obra humana y la de la naturaleza, entendidas como producciones interdependientes (Iglesias Gil, 2007).

A la par de esta ampliación del concepto de patrimonio cultural, una evolución de lo ambiental se expande hasta envolver, con algunas de sus instituciones, la regulación del primero. Surgida en la década de 1970, bajo la noción de la humanidad con un destino común, la concepción del desarrollo sustentable emergió como un dispositivo de gobernanza de los países centrales sobre la problemática ambiental (Haidar y Berros, 2014). En este proceso se invisibilizaron otros modelos de desarrollo, que emanan de las desigualdades entre norte y sur, países desarrollados y países periféricos, etc. y que descansan en concepciones que no son tributarias de la economía verde.

La amalgama entre la protección del patrimonio cultural y la noción de desarrollo sustentable se cristaliza, a nivel internacional, en documentos emanados de la UNESCO, organismo dependiente de las Naciones Unidas cuya labor en la protección del patrimonio cultural es altamente reconocida. Así, en la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de la Cultura (Venecia, 1970, en adelante Conferencia de 1970), se hace referencia a las nociones de “desarrollo cultural” y “dimensión financiera del desarrollo”. Este aspecto se tradujo, asimismo, en la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (Paris, 1972) como política de conservación, a partir del fomento del turismo cultural.

En las décadas de 1990 y 2000 se profundiza la finalidad económica de tutela, superándose el clásico acceso a la cultura por un aprovechamiento productivo, sustentable, de dicho patrimonio para las comunidades de origen (Castillo Ruiz, 2007). En este sentido, el informe “Nuestra Diversidad Creativa” destacó el papel de las políticas de preservación del patrimonio como parte del desarrollo económico.

El objetivo de este trabajo es caracterizar los dispositivos jurídicos que traducen políticas alternativas del desarrollo, considerando el desarrollo en su aplicación al patrimonio cultural integral y a los centros históricos como categoría de éste. Para ello, se tomará como caso testigo la regulación que se ha implementado en el Centro Histórico de La Habana, Cuba.

El Centro Histórico de La Habana fue declarado Patrimonio de la Humanidad en 1982. Si bien existieron acciones de conservación del centro histórico previas a su declaración internacional¹, la crisis económica desatada en ese país luego de la caída del bloque socialista es un punto neurálgico en la concepción de un nuevo modelo de gestión del centro histórico que se continúa hasta la actualidad.

Este particular modelo de gestión, concentra el rescate de lo patrimonial con un fortalecimiento de la infraestructura turística, adicionando un peculiar marco jurídico de gestión y un proyecto de desarrollo cuyo objetivo es la elevación de la calidad de vida de los habitantes del centro histórico. Si los primeros dos aspectos son comunes a procesos de puesta en valor de otros centros históricos de la región, en cambio los rasgos referentes al marco jurídico y al proyecto de desarrollo merecen un estudio particularizado atento que dan cuenta de una alternativa que innova respecto de la concepción de desarrollo sustentable vigente en el ámbito internacional, generando un estilo de desarrollo propio de la región latinoamericana.

El trabajo está estructurado en dos acápites. El primero rastrea las concepciones de patrimonio cultural que se han cimentado en la evolución internacional de la regulación, hasta llegar a la concepción del patrimonio integral. Para ello, será necesario acudir a una visión holística del patrimonio, que incluya los bienes naturales pero también los dispositivos jurídicos elaborados para la gobernanza del ambiente.

El segundo, a partir del análisis específico de la regulación y del proyecto de desarrollo aplicado en la ciudad de La Habana, da cuenta de la praxis de la concepción de patrimonio integral y de un modelo de desarrollo alternativo.

Para ello hemos identificado un conjunto de documentos internacionales y locales que conforman no sólo las fuentes que plasman la evolución y relaciones que rastreadremos, sino un conjunto de discursos que han sido resultado de procesos de organización y distribución y que persisten en el tiempo, siendo factible ver sus huellas en la regulación más reciente.

2. Desandando el camino de la relación entre patrimonio integral y desarrollo

Las acepciones del sintagma patrimonio cultural han variado. A aquella monopólica definición etimológica, que deriva del latín *pater – monium* (aquello que el padre deja al hijo) como expresión del conjunto de bienes heredados del pasado, se adiciona otra. El patrimonio es entendido también como una forma de construir y administrar identidad, a partir de aquel conjunto de bienes que son

problematizados por la conciencia de riesgo y pérdida (Gatti y Muriel, 2006). Esta segunda concepción permite dar cuenta de las políticas de gestión y gobierno de aquellos bienes.

En este apartado reconstruiremos el camino que, a través de documentos internacionales, permitió la consideración del patrimonio integral y su gestión a través de instrumentos surgidos de la problemática ambiental como el desarrollo sostenible.

En primer lugar, un conjunto de instrumentos legales emanados de diversos ámbitos internacionales testimonia la consideración del entorno urbano como integrante del patrimonio cultural. Entre los más relevantes, las Normas de Quito² (1967) proponen un nuevo dimensionamiento de la espacialidad de los monumentos, extendiendo la tutela al contexto urbano, al ámbito natural y a los bienes culturales que encierran (art. 1°). En similar tónica, la Carta de Venecia (1964) define al monumento histórico como comprensivo del conjunto urbano o rural que da testimonio de una civilización particular (art. 1°). Ambas declaraciones evidencian un proceso en el cual la concepción de patrimonio como bien aislado se expande hacia el entorno urbano, proyectando una intervención más amplia sobre el territorio. Ello se produce a partir de concebir este territorio como una cosa o lugar único, identificado con la visión autorizada que lo concibe como patrimonio cultural, y obturando otras miradas posibles hacia los procesos culturales que se han llevado a cabo en el mismo (Smith, 2011).

En la Recomendación Relativa a la Salvaguarda de los Conjuntos Históricos o Tradicionales y su Función en la Vida Contemporánea (UNESCO, Varsovia-Nairobi, 1976, en adelante Recomendación de UNESCO de 1976) se identifican los conjuntos históricos con obras del hombre, en tanto que el entorno natural se configura como “medio” que influye en la percepción o se vincula a ellos por lazos sociales, económicos o culturales. Ambos deben ser considerados globalmente como un todo coherente que comprende *“tanto las actividades humanas como los edificios, la estructura espacial y las zonas circundantes”*.

Por su parte, la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (UNESCO, París, 1972) incluye en la definición del patrimonio cultural la categoría “conjuntos”, entendidos como grupos de construcciones, cuya unidad e integración en el paisaje les otorga un valor excepcional (art. 1°). Bajo este marco, se inscribieron en la Lista del Patrimonio Mundial centros históricos y ciudades históricas. Esta definición será posteriormente especificada por las “Directrices Prácticas para la Aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial” (en adelante Directrices). En la versión de las Directrices de enero de 1987³ fue incluido un anexo para la inscripción de Ciudades Históricas y Centros Urbanos que diferencia tres categorías de conjuntos urbanos: ciudades que han quedado deshabitadas, ciudades históricas y ciudades nuevas del siglo XX. Al especificar los criterios de inscripción de las ciudades históricas, establece que *“deberán destacarse por su calidad arquitectónica (...) la organización del espacio, la estructura, los materiales, las formas y, de ser posible, las funciones del conjunto...”* (Directrices, Anexo 3, 15.ii).

En su origen, la Convención se aplica al patrimonio natural y al cultural como dos tipologías diferenciadas. Prueba de ello es que normativamente se encuentran definidas en sendos artículos. No obstante, un lento deslizamiento se está produciendo y ambas tipologías comienzan a yuxtaponerse en categorías que incluyen bienes naturales y culturales. Este proceso se verifica, entre otros, en la ampliación de los bienes incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial.

En la otra orilla, instituciones dedicadas a la preservación de la naturaleza también emprenden este corrimiento. A partir del concepto de desarrollo sostenible⁴, asociado inicialmente a un desarrollo ecológico, se interpreta como una precondition del mismo el tratamiento unificado de aspectos naturales y culturales, percibiendo *“el ‘todo’ de la naturaleza”* (Caldwell, 1984:25). Esta posición se reafirmó al aprobarse la Carta Mundial de la Naturaleza (1982) entre cuyos considerandos se indica la necesaria interrelación entre naturaleza y cultura⁵.

Tanto en el ámbito patrimonial como en el ambiental, este desplazamiento se realiza a partir de los conceptos de desarrollo y diversidad. De un lado, la regulación ambiental ha procurado relacionar la tutela del ambiente con el desarrollo (ejemplos como el Informe Nuestro Futuro Común⁶ y los Objetivos de Desarrollo del Milenio dan cuenta de ello). Del otro, el camino iniciado por la Declaración de México sobre Políticas Culturales⁷ (1982) y continuado por el Informe Nuestra Diversidad Creativa⁸ resaltan la importancia de proteger las diversas manifestaciones de la cultura y el papel de las políticas de preservación del patrimonio como parte del desarrollo económico. Es la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001) el documento que manifiesta este desplazamiento, indicando en su artículo primero que *“la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos”*.

Este proceso culmina con la inclusión de la “interacción humana” en el concepto de patrimonio. Como corolario de ello se formula un concepto dinámico, en el cual las actividades toman una relevancia antes

inexistente (Guidi, 1988). Esta mutación exige dejar atrás una tutela estática y transitar hacia una regulación dinámica del sector que permita dar cuenta de la relación entre hombre, historia, cultura y entre los hombres y los pueblos (Martorell Carreño, 2010). Esta consideración dinámica, centrada en el hombre, es el intersticio por el cual se justifica el aprovechamiento productivo y sustentable del patrimonio.

La presentación del “territorio” como una categoría específica, es una novedad que aparece en algunos instrumentos internacionales⁹, unido al concepto “paisaje”. Como confirmación de este desplazamiento y yuxtaposición de bienes culturales y naturales se reconocen nuevas categorías¹⁰ y escalas del patrimonio, así como una nueva ampliación de bienes susceptibles de protección. En el ámbito de UNESCO esta ampliación llega incluso a comprender al propio ser humano, a través del sistema “Tesoros Humanos Vivos”.

La noción de “patrimonio integral”, si bien no posee aún una consagración normativa en el ámbito internacional, pretende revisar las categorías tradicionalmente establecidas para elaborar políticas públicas que protejan de manera dinámica los diferentes elementos que componen la identidad de una comunidad. En este sentido, se diferencia de la noción de “paisajes culturales”, que representan las obras conjuntas del hombre y la naturaleza (Directrices, par. 47). Este último concepto, al surgir en el ámbito de la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, no da cuenta del elemento inmaterial que conforma la identidad de las comunidades y que varía en el tiempo. Los “paisajes culturales” referencian a testimonios materiales de la interrelación entre las sociedades y su entorno, en tanto que el término patrimonio integral pretende incluir una perspectiva dinámica y actual de la identidad. La noción de “paisajes culturales” puede interpretarse como un modo de amalgamar los componentes culturales y naturales de la Convención mencionada. En idéntico sentido, el concepto de patrimonio integral procura fusionar además los elementos inmateriales tutelados por la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de UNESCO (2003) atravesados por la perspectiva de diversidad cultural.

Por su parte, la circulación del concepto de desarrollo sostenible en documentos relacionados a la gestión del patrimonio cultural requiere un análisis más detallado. Originariamente concebido como un cimiento para el progreso humano, el desarrollo sostenible en su versión cultural daba cuenta de la problematización de la amenaza de pérdida de culturas nacionales (fundamentalmente originarias) ante la falta de recursos. Este diagnóstico, presente en la Conferencia de 1970, dirigió actividades de UNESCO relacionadas con el patrimonio y las industrias culturales como instrumento positivo de desarrollo de los Estados. También funcionó como activador de seminarios regionales en los cuales el concepto de desarrollo fue elaborado a partir de los particulares posicionamientos de los países del Tercer Mundo.

Así, en la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en África (Accra, 1977) se propiciaba un desarrollo inclusivo de visiones cosmológicas y sistemas de valores y creencias. Luego de declarar que la identidad cultural constituye uno de los pilares para la independencia y la construcción de naciones africanas modernas, expresa que *“el desarrollo debe enfocarse principalmente a enriquecer la vida humana proporcionando un armonioso equilibrio de valores”*. Conteste con la época en que fue dictada, da cuenta de diferentes “patrones de desarrollo”, entre los cuales los Estados africanos deberían elegir aquellos que satisfagan las necesidades y aspiraciones de sus pueblos y salvaguarden la autenticidad de sus valores. Afirma también que la implantación de políticas culturales debe tener en consideración la interacción con otras, entre las cuales menciona a las políticas ambientales.

Regionalmente, es de especial relevancia la Declaración de Bogotá, adoptada en la Conferencia Intergubernamental sobre las políticas culturales en América Latina y el Caribe (1978). La misma considera que el desarrollo *“presenta una dimensión cultural que le es esencial”*. Así, el desarrollo cultural posee dos elementos constitutivos:

“a) el proceso encaminado a un mejoramiento global de la vida del hombre y del pueblo, que supone una ubicación política, administrativa y económica, o sea un marco completo de posibilidades y b) la identidad cultural, de la que parte y cuyo desenvolvimiento y afirmación promueve dentro del contexto global”.

Propugna, en síntesis, un desarrollo para mejorar la calidad de vida de las comunidades y los individuos, un desarrollo integral que debe ser propiciado desde las políticas culturales.

Entre las recomendaciones de la Conferencia, merece especial atención la primera, referida a la identidad cultural. Luego de reparar en que una concepción puramente económica del desarrollo genera

situaciones estructurales que ahondan los aspectos más críticos del subdesarrollo, reconoce que la integración de factores culturales garantiza que las opciones del desarrollo respondan a las necesidades y aspiraciones de los grupos sociales y naciones a los cuales se aplican¹¹.

Este “estilo de desarrollo” denominado “integral” por la propia Conferencia, y que comparte rasgos comunes con la Declaración de Accra, condensa un cuestionamiento al desarrollo entendido sólo como crecimiento económico, configurándose como una alternativa que articula, de manera sistémica distintas categorías de bienes culturales y otorga relevancia a otras formas de planificación.

En esta década coexisten visiones o estilos de desarrollo integral con visiones economicistas. Ejemplo de esta última es la Recomendación de UNESCO de 1976 que establece un conjunto de medidas que deberían ser adoptadas por los Estados para salvaguardar los conjuntos históricos, entre las cuales la planificación territorial y las subvenciones están a la orden del día. Merece destacarse que, al tratar los locales y manzanas insalubres y la construcción de viviendas sociales, la Recomendación privilegia la rehabilitación de edificios antiguos. A pesar de ello, admite que el desplazamiento permanente de los habitantes de los centros históricos es una variable a tener en cuenta en los planes y programas de salvaguarda.

En todo el texto, la Recomendación presupone un régimen económico de mercado. En él, la garantía a la propiedad privada, concebida en términos decimonónicos, fundamenta la subvención a los particulares titulares de bienes integrantes del conjunto histórico para la salvaguarda de los mismos¹². En la misma tónica, aquellos que habitan y/o trabajan en el centro histórico deben soportar los aumentos de alquiler debidos al mayor valor adquirido por la salvaguarda¹³, y las actividades más protegidas (comercio y artesanía) dan cuenta que el objetivo de la salvaguarda es el turismo.

Si bien se prevé el destino de vivienda para los inmuebles del conjunto histórico, es favorecido el destino comercial, sin siquiera mencionarse el destino público y comunitario que habitualmente ocupa los centros históricos de nuestro continente.

En 1982, la Declaración de México sobre Políticas Culturales, luego de destacar que la cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo expresa que “*El crecimiento se ha concebido frecuentemente en términos cuantitativos, sin tomar en cuenta su necesaria dimensión cualitativa, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales del hombre*” (Principio 10).

Éste, junto (especialmente) a los principios 13¹⁴, 14 y 15¹⁵ continúan la orientación de un desarrollo que excede las consideraciones exclusivamente económicas y que se encuentra integrado indisolublemente por una dimensión cultural.

Por su parte, el informe “Nuestra Diversidad Creativa” reconoció la relación entre cultura e identidad recalcando la importancia de las políticas de preservación del patrimonio como parte del desarrollo económico. También formuló específicamente una noción integral de patrimonio, al dar cuenta que las sociedades crean procedimientos culturales para proteger y administrar sus recursos.

De la mano de la construcción de una nueva ética global, el informe esboza objetivos comunes, emulando a su par ambiental, Nuestro Futuro Común. Así como se han señalado los factores homogeneizantes de la problemática ambiental (Haidar y Berros, 2014) es posible visualizar, en la enunciación de una ética global una homogeneización de la cultura mundial (Kirshenblatt-Gimblett, 2006; Smith, 2011). La “comunitarización” de la problemática relación entre cultura y desarrollo, no obstante, presenta matices en la definición del lugar que ocupa la cultura respecto de la economía. El Informe parte del reconocimiento de que la relación entre cultura y desarrollo es esencial, “*en la medida en que las actitudes y los estilos de vida determinan la forma en que administramos nuestros recursos no renovables*”. Sin embargo, a lo largo del documento, algunas veces la cultura se subordina a un progreso económico, evidenciando la necesidad de trascender la economía pero sin abandonarla; y otras veces se enuncia como la finalidad de aquél, expresando la imposibilidad de “*reducir la cultura a una posición subalterna de simple catalizador del desarrollo económico*”. En todo caso, al igual que su par ambiental, la economía de mercado es propuesta como la mejor alternativa para la gestión, por ejemplo al recomendar introducir sus principios en la gestión de los espacios globales comunes (Agenda Internacional, Acción 8, d).

En lo que respecta al patrimonio cultural, reconoce que existen nuevos desafíos en su conservación y considera que el mismo “*no debe convertirse en una simple mercancía al servicio del turismo*”. En este trabajo, merece particular interés la consideración específica de los centros urbanos, como sitios ingobernables¹⁶ que han superado su “capacidad de sustentación” y demuestran sus efectos negativos sobre el turismo.

Este diagnóstico, cuya primer enunciación se encuentra en la Recomendación de UNESCO de 1976 fue profundizado en la Carta para la Conservación de Poblaciones y Áreas Urbanas Históricas (ICOMOS,

1987). En la misma se incluye, además de la degradación y el deterioro, la destrucción provocada por una forma de desarrollo urbano surgida en la era industrial.

Este documento considera patrimonio tanto a los núcleos urbanos como a su entorno natural. Asimismo, explicita una relación intrínseca entre patrimonio y desarrollo económico y social. La mejora del “hábitat” se erige como uno de los objetivos básicos de la conservación, atendiendo en todo momento a la consulta y compromiso de la ciudadanía que habita el núcleo urbano.

Sobre el fin del milenio, el Plan de Acción de Estocolmo sobre Políticas Culturales para el Desarrollo¹⁷ menciona expresamente la irrupción de un nuevo concepto de patrimonio cultural integral¹⁸ y reconoce la interrelación entre desarrollo sostenible y cultura, adoptando la definición de desarrollo humano propuesta por el PNUD algunos años antes. En este entendimiento recomienda a los Estados “*hacer de la política cultural un componente central de la política de desarrollo*”. Nuevamente se promueve el turismo cultural como principal fuente de ingresos del patrimonio, velando porque el mismo se realice con especial respeto a las culturas, y sus ingresos se utilicen equitativamente para conservar el patrimonio y fortalecer el desarrollo cultural.

Finalmente, esboza la asociación entre cultura y pobreza, análoga a la que se construyó en la esfera ambiental entre problemas ambientales y pobreza (Rajagopal, 2003,117) para justificar una estrategia de gobernanza global propuesta desde los países centrales. Esta asociación ya se había planteado en el ámbito de ICOMOS¹⁹ como un factor crítico que debía ser resuelto a fin de transmitir el valor cultural del patrimonio urbano.

Esta exploración por algunos documentos internacionales permite reconocer que en el ámbito del patrimonio cultural progresivamente se fueron adoptando algunos instrumentos de la “economía verde” asociados al desarrollo cultural sustentable. La interdependencia entre economía y cultura, da sustento a una construcción “global” de lo patrimonial en la cual progresivamente la diversidad se desliga de los sujetos sociales que la producen y se vincula con los productos culturales (Velasco, 2016:32). Esta posición desconoce la noción de patrimonio como un proceso (Harvey, 2001) o como un capital cultural que es apropiado de forma desigual por diversos actores (García Canclini, 1990:182). El discurso patrimonial autorizado permite ingresar las actividades del hombre como una categoría específica que justifica y evidencia la emergencia de un mercado global. La economía se erige entonces en la racionalidad de gobierno del patrimonio.

Es relevante destacar que el desplazamiento nace en ámbitos dominados por expertos. La característica de estas declaraciones es que contribuyen a regular el patrimonio cultural sin ser obligatorias para los Estados, ya que pueden ser clasificadas como normas de soft law. Éste puede conceptualizarse como “*preceptos que emanan de instituciones internacionales que consisten, en cierta forma, en expectativas de conductas pero que no son de aplicación obligatoria por los Estados*” (Ratner, 1998,67). Su característica principal es que, independientemente de qué institución haya aprobado la norma (una empresa transnacional, un acuerdo de Estados que no posee el carácter de Convenio, organismos intergubernamentales o no gubernamentales internacionales), a pesar de no tener fuerza coercitiva pesa sobre la misma una alta expectativa de cumplimiento. Ello es así porque las administraciones sub-nacionales logran, a partir de ella, intercambiar información, coordinar esfuerzos y armonizar las reglas de aplicación de normas obligatorias (Galbraith y Zaring, 2014).

En el caso que comentamos, estas declaraciones son utilizadas como guías u orientaciones para la gestión y administración del patrimonio al interior de los Estados. En algunos casos estas disposiciones pueden transformarse en normas obligatorias internacionales a través de su positivización en tratados o por la costumbre internacional. En el caso cubano, la ausencia de una norma que establezca el sistema de fuentes y el reconocimiento constitucional de la ley o acto normativo como única fuente de derecho, permite inferir el mismo comportamiento respecto de las normas no vinculantes. Es decir, que los tratados y convenios internacionales ratificados por Cuba tienen fuerza vinculante para el Estado, en tanto que las Cartas y Recomendaciones actúan a partir de su aplicación por diversos organismos administrativos, a modo de pautas que dirigen la ejecución de políticas en la materia.

3. El modelo de la habana vieja: una alternativa al desarrollo

En este apartado analizaremos un caso especial de gestión de un centro urbano que merece atención por las particularidades de su ubicación espacial y las circunstancias socio-históricas de su configuración. Luego de presentar brevemente los antecedentes del caso, focalizaremos el análisis en la concepción

de patrimonio cultural trasuntada en la visión del centro histórico y el “estilo de desarrollo” promovido en los planes y programas de gestión.

Entre los antecedentes de relevancia para este estudio, puede mencionarse que en 1963 la Comisión Nacional de Monumentos de Cuba define una zona de la ciudad de La Habana, como zona de prestigio cultural e histórico, y en 1978 el centro histórico de la ciudad es declarado monumento nacional. En 1976 se había emprendido un proyecto general de restauración propuesto por la Dirección de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura (Carrión Mena, 2006, 181). Este proyecto formaba parte del conjunto de normativa de gestión que la Dirección estaba redactando para la protección del patrimonio en todos sus aspectos (Alfonso Lopez, 2006, 20). Las más relevantes de estas regulaciones son las leyes N° 1 y N° 2 (1977) de protección al patrimonio cultural y de los monumentos nacionales y locales respectivamente. Conforme al artículo 7 de la ley N° 1, son declarados de utilidad pública e interés social los bienes del patrimonio cultural, y se establece la intervención del Ministerio de Cultura para su modificación, restauración o cambio de titularidad. Asimismo, la ley N° 2 considera Monumento Histórico nacional a los centros históricos urbanos de carácter excepcional y establece en su capítulo IV las restricciones al dominio en los bienes declarados. Las mismas implican la intervención de la Comisión Nacional de Monumentos para cualquier modificación o alteración física o jurídica del mismo, facultando a este organismo a preparar planes para la conservación de los bienes declarados.

Para ese momento, una institución de nivel municipal creada en 1938, la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana (en adelante OHCH), había realizado gestiones para salvaguardar un grupo de edificaciones que se consideraban de alto nivel patrimonial²⁰. En 1981 se le confirió la responsabilidad de llevar adelante las obras de restauración del centro histórico, a partir de un presupuesto estatal otorgado al efecto y administrado a partir de planes quinquenales (Alfonso Lopez, 2006, 21). Como resultado de ello el Centro Histórico de La Habana fue incluido en 1982 en la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO. A partir de entonces, se profundizaron las acciones y planes de restauración²¹.

Una bisagra se produjo a comienzos de la década del '90 a partir de la caída del bloque socialista. Esta situación provocó una crisis económica en el país que imposibilitó al Estado subvencionar las medidas de intervención y gestión como se venían realizando hasta el momento.

Reparemos, a esta altura, que el modelo de gestión estatal del patrimonio cultural que se presentó hasta aquí es análogo en la mayoría de los Estados latinoamericanos. En general recae sobre la administración estatal la gestión y responsabilidad económica de intervención sobre el patrimonio cultural, exhibiendo los fundamentos de un modelo propietario dicotómico propio del proyecto de modernidad (Sozzo, 2009). En el mismo, se han construido dos esferas independientes: la pública y la privada. En la primera, la característica está dada por la inenajenabilidad de los mismos; por otra parte, en el discurso propietario individualista, la propiedad privada se vincula con la libertad de la persona, que es su fundamento primigenio (Sozzo, 2009,16). En este paradigma, el Estado actúa como garante de las facultades de los propietarios privados, y en tal sentido la tutela del patrimonio cultural se realiza a través de la institución de un orden público (restricciones y límites al dominio) que no ingresa a la esfera de protección del núcleo del derecho propietario.

En el derecho cubano, si bien se reconoce el derecho de propiedad individual, la escasa regulación de facultades y deberes del mismo unida al destino socioeconómico del dominio y al predominio de la propiedad estatal, otorgan matices particulares al modelo dicotómico mencionado (Cabanes Espino et al., 2010). A pesar de ello, hasta la década del '90 la actuación del Estado en materia de protección del patrimonio cultural estuvo signada por políticas de conservación de los bienes de su titularidad, omitiendo la discusión referida a la propiedad privada en el Centro Histórico.

La crisis económica cubana desembocó en el cambio de un modelo de acumulación basado en la industria azucarera a uno basado en turismo y servicios. En este último el papel del Centro Histórico de La Habana fue fundamental, como movilizador de un turismo contrapuesto al modelo tradicional y basado en una escala espacial menor con particulares características (Ezquerria Quintana, 2010, 5).

El puntal jurídico de este nuevo modelo se encuentra en el Decreto-Ley 143 de 1993, que marca un cambio radical en el manejo del Centro Histórico. Hasta entonces, la regulación de la protección del patrimonio cultural se encontraba en manos del Ministerio de Cultura a través de un sistema o red centralizada que ponía en marcha los planes y programas de protección (Volta Díaz, 2010, 5). En la nueva configuración administrativa dada por el Decreto Ley mencionado, la OHCH se erige en la autoridad referente para llevar a cabo la gestión del Centro Histórico, y a tal fin se la subordina directamente al Consejo de Estado, dejando de pertenecer al ámbito municipal. Así, en los primeros artículos del Decreto-Ley mencionado se indica que *“se adscribe la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana al Consejo de Estado, el cual tendrá la responsabilidad de la alta dirección de sus actividades”* (artículo 2);

la OHCH “*tendrá competencia en su perfil cultural sobre toda la provincia de Ciudad de La Habana...*” y su director será “*...nombrado y sustituido en su cargo por el Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros*” (artículo 3) y se subordina a la OHCH “*el Museo de la Ciudad y sus dependencias, los departamentos que determine el Historiador de la Ciudad de La Habana, la Empresa de Restauración de Monumentos y otras entidades que se consideren convenientes para el desarrollo social del centro histórico y la promoción de actividades turísticas y comerciales*” (artículo 4). Asimismo, se le otorga personería jurídica autónoma, y capacidad económica, dada por la facultad de aplicación de una política fiscal especial a los fines de rehabilitar el Centro Histórico y la creación, en su órbita, de un sistema empresarial para explotar el turismo.

Finalmente, la creación del Plan Maestro de Revitalización Integral de La Habana Vieja, que luego devendría en órgano de gestión y control²² de los sucesivos planes aprobados, implicó la puesta en práctica de los lineamientos del desarrollo promocionados a nivel internacional a través de la incorporación de expertos y objetivos de gestión acordes a la misma. En este sentido, si bien consideramos, junto a Berliner y Bortolotto (2013), que las políticas patrimoniales de UNESCO son difíciles de aprehender por la complejidad de las mediaciones con las cuales son apropiadas en cada uno de los contextos, en el caso de La Habana Vieja ello se manifestó en los planes de gestión aprobados por la OHCH.

Así, la innovación producida a partir de 1993 en la organización administrativa de la OHCH procede de una conceptualización de la gestión integral del territorio y de la centralización de la misma. Esto último se evidencia en las normas del Decreto-Ley 143 de 1993 transcritas, que presentan a la OHCH como un ente coordinador²³ que interviene territorialmente junto a la Asamblea Municipal de Poder Popular y al Gobierno Nacional. Por su parte, el primer aspecto da cuenta de la gestión del patrimonio a partir de la recuperación física, la inserción social y la explotación de los recursos existentes de modo sostenible. Ello se visualiza en las políticas que son puestas en práctica a partir de los Planes de Desarrollo a las que dedicamos los párrafos siguientes.

Es posible rastrear la concepción de patrimonio integral a partir de 1992, cuando los documentos cubanos comienzan a concebir al ambiente como todo lo que rodea al hombre (Ezquerria Quintana, 2010, 63). A partir de 1995 una perspectiva multidimensional de la problemática del centro histórico fue patrocinada en el seno del Plan Maestro por “*la visión medioambiental del territorio como geosistema, es decir, unidad donde ocurren complejos procesos de interacción entre el medio físico, la población y la economía...*” (Rodríguez Alomá, 1996, 19). De esta manera se excedía el concepto ordenamiento o planificación urbana, pautando lineamientos de desarrollo en los ámbitos cultural, económico y social.

Todos los proyectos de desarrollo elaborados desde entonces prevén una estrategia ambiental, partiendo de las condiciones ambientales del espacio como también de los efectos de las acciones previstas en ellos.

El equipo del Plan Maestro elaboró, en 1998, un Plan Especial de Desarrollo. El mismo constituye la cristalización del “*modelo de gestión*” de La Habana a partir de explicitar la conformación de la OHCH como ente centralizador de las acciones de protección del patrimonio. Simultáneamente se desarrollaba en el municipio el Programa de Desarrollo Humano a Nivel Local (dependiente del PNUD), que proporcionó herramientas para desarrollar la cooperación internacional. Las estrategias de este Plan fueron extendidas en 2001, incluyéndose en esta oportunidad estrategias culturales, relativas al hábitat y medioambientales²⁴. Entre las primeras pueden mencionarse que se considera “*la cultura como eje principal del desarrollo y al ser humano, creador, portador y transmisor de patrones culturales, protagonista del proceso de recuperación*”. En esta enunciación se liga la cultura al desarrollo económico, en sintonía con los presupuestos establecidos por UNESCO a partir de la década del ‘90, y se legitiman acciones que procuran recuperar el territorio de La Habana Vieja. Sin embargo, no puede dejar de advertirse que la intensidad de las acciones emprendidas a través de los diversos Planes de Desarrollo se enfocaron en un espacio que fue ocupado históricamente por la colonización española sobre la isla y sobre el cual los relatos que se construyen están sesgados por una mirada desde el presente (Pichler, 2012; Harvey, 2001; Fortuna, 1998).

Asimismo se establecen como políticas específicas: “*Proteger el patrimonio heredado rehabilitando el territorio a través de un Plan integral y continuo con fuerza legal, que garantice enfrentar los peligros a los que está expuesto y que concilie la conservación de sus valores culturales con las necesidades del desarrollo socio-económico*” y “*Evitar el desplazamiento de la población local, protegiéndola del impacto de la tercerización y establecer las densidades y calidad de vida que resulten adecuadas*”. Estas dos políticas enunciadas en el Plan dan cuenta de la amplia capacidad jurídica que posee la OHCH, que a partir de 1993 dirigió múltiples acciones sobre el territorio de La Habana Vieja fundamentándose en los planes de desarrollo elaborados por ella misma. En el ordenamiento jurídico cubano se establecen escalas de planeamiento nacional, provincial, municipal y de las ciudades o pueblos (Rodríguez Otero,

2013). En este último ámbito, la OHCH posee amplias facultades para establecer un control urbano que considere la protección del patrimonio inmobiliario, el medio ambiente y la protección de la identidad cultural de manera articulada con políticas y planes territoriales aprobados por la Asamblea Provincial del Poder Popular. Asimismo, se integran en estas definiciones una tríada de elementos que pretenden conjugarse para legitimar las acciones sobre el territorio, ellos son: la rehabilitación social y económica vinculada a la recuperación de patrimonio. La política que procura conciliar los valores culturales y las necesidades del desarrollo, dando cuenta de los peligros a los que se ven expuestos los centros históricos (desplazamiento de habitantes, gentrificación, turismo incontrolado, etc.), ubica al Plan Maestro como un tutor de los intereses locales y garante de estos derechos.

En esta enunciación, no sólo pueden rastrearse trazas de aquella primigenia concepción del entorno de los monumentos adoptada en la década del '70, sino también un análisis de la problemática del centro histórico en la tónica de la década del '90. A estos efectos, la recuperación de las problemáticas ya enunciadas en "Nuestra Diversidad Creativa" y en la Carta de ICOMOS de 1987 se contraponen a la enunciación de "centro histórico" como producto de una visión sistémica del territorio, que merece soluciones que contemplen la relación del mismo con diversas dimensiones, escalas, y actores. Como reafirmación de lo anterior se enuncia la política de prevención de desplazamiento de la población local, y dotación al territorio de infraestructura técnica y de servicios. Si bien en todos los planes de desarrollo se expondrá la necesidad de evitar los procesos de gentrificación y de asegurar la ocupación del territorio por parte de los ciudadanos cubanos, progresivamente se realizan evacuaciones de edificios y re-instalaciones en otros espacios urbanos de familias que vivían en el Centro Histórico. Conforme lo describe Pichler, estas relocalizaciones son fundamentadas en la ausencia de servicios básicos y el carácter ruinoso de algunos edificios, pese a lo cual luego de su restauración son convertidos en espacios para el comercio y los servicios (Pichler, 2012).

Finalmente se establece un lineamiento político que relaciona la revitalización de La Habana Vieja con un desarrollo sostenible basado en la diversidad de la base económica. En esta enunciación política se cierra el círculo que une la recuperación del patrimonio histórico de La Habana Vieja con el fomento del turismo como actividad que generará empleo y ganancias suficientes para sustentar un desarrollo humano.

Este plan recupera uno de los elementos del desarrollo cultural enunciados explícitamente en la Declaración de Bogotá, cual es la identidad cultural considerada como un proceso cuyo desarrollo y afirmación se promueve en el contexto global. Asimismo se amplía el concepto de patrimonio histórico como un conjunto de bienes materiales, incluyendo aspectos económicos.

Por otra parte, al desglosar las políticas en diversas estrategias, puede observarse que las mismas no otorgan un espacio relevante a los procesos de creación de sentido y de representación de los propios habitantes del Centro Histórico. De hecho, sólo en el momento de definir esta política se indica que se procurará *"el rescate de las tradiciones y la recuperación de sus valores"*, no obstante, las estrategias se ligan a la recuperación física de la estructura urbana, al desarrollo económico y de la función terciaria, al desarrollo de la vivienda, a las redes de infraestructura y equipamiento comunitario, a la cooperación internacional y a una estrategia cultural de la OHCH. Esta estrategia, manifestada a partir del objetivo de *"salvaguardar el patrimonio tangible e intangible, los bienes museables, históricos, arqueológicos y artísticos de la ciudad de La Habana..."* se limita en sus lineamientos a lo que Smith conceptualiza como el discurso patrimonial autorizado (Smith, 2011).

Es destacable en este Plan la relevancia otorgada a la política ambiental, y el papel que allí juega la OHCH. En Cuba, conforme el artículo 11 de la ley 81 del Medio Ambiente *"El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, es el organismo de la Administración Central del Estado encargado de proponer la política ambiental y dirigir su ejecución sobre la base de la coordinación y control de la gestión ambiental del país, propiciando su integración coherente para contribuir al desarrollo sostenible"*. No obstante, las amplias facultades que posee la OHCH le han permitido proyectar, a través del Plan Especial de Desarrollo un completo programa de acción referente a la política ambiental en el espacio del Centro Histórico. Algunos de los lineamientos propuestos por este plan son: elaborar una estrategia de integración metropolitana; conservar el medio ambiente urbano y su diversidad biológica; mejorar la infraestructura de transporte y agua; promover una gestión eficiente de los desechos sólidos; promover el uso eficiente de la energía; cualificar los espacios libres y crear otros nuevos; crear un sistema integral de gestión ambiental. Es decir que, al menos en la letra del Plan, la recuperación y mantenimiento del centro histórico en virtud de su valor patrimonial se enlaza con una concepción integral del ambiente en la cual la OHCH se configura como organismo ejecutor.

Este Plan fue reformulado en 2011, a través del Proyecto Estratégico de Desarrollo Integral de 2011. En el mismo la estrategia ambiental se visualiza mancomunadamente a la cultural²⁵ propendiendo a recuperar técnicas, materiales y modalidades tradicionales de manejo de recursos naturales como parte del patrimonio gestionado. En este sentido se identifica al patrimonio inmaterial a partir de bienes materiales, como cosas, accesorios, espacios y hasta recursos naturales, reduciendo su alcance (Smith, 2011).

En este Plan el desarrollo se manifiesta a partir de la sostenibilidad cultural, medioambiental, económica, social considerándose como un “desarrollo integral”. El Plan considera que la planificación integral del desarrollo requiere *“una visión más sistémica del territorio en su relación con las diversas dimensiones, escalas y actores con los que se relaciona, facilitando un mejor gobierno y administración de los recursos”*. En este sentido se complejizan los lineamientos presentados en el plan anterior, y se incluyen ciertas precisiones referidas a la consulta pública a la que se somete a este plan.

Estas políticas se llevan al territorio a partir de Planes de Inversión, cuya finalidad es recuperar el uso más eficiente del patrimonio tangible y de un Programa Sociocultural destinado al patrimonio intangible. En este sentido, la gestión pública de este espacio a partir de una noción de “patrimonio integral” permite diseñar políticas que exceden la preservación arquitectónica y de infraestructura del centro histórico, comprendiendo también elementos del patrimonio inmaterial y la mejora de la calidad de vida ambiental de los habitantes del territorio. La reinversión de las ganancias obtenidas²⁶ en proyectos locales se presenta, por la propia OHCH como un medio para mejorar la infraestructura de la ciudad, y ofrecer a sus habitantes actividades y eventos culturales que rescatan la tradición cultural de La Habana.

4. Referencias finales

Al iniciar este trabajo nos propusimos dar cuenta de la construcción de la relación entre gestión del patrimonio cultural y desarrollo sustentable y verificar su operatividad en la gestión de los centros históricos. Luego de revisar los documentos internacionales relativos a la temática, pudimos constatar una relación entre la ampliación del concepto de patrimonio cultural y la aplicación del instrumento del desarrollo sustentable (como herramienta de la gobernanza ambiental) para su gestión.

La noción de patrimonio cultural asociada al desarrollo sustentable permite patrocinar aquellas prácticas vinculadas al turismo, como principal productor de ingresos a partir del recurso patrimonial. Paralelamente, otros conocimientos y estilos de vida, generalmente relacionados a la pobreza y a la alta densidad de los centros urbanos se asocian a problemas ambientales y al desamparo del patrimonio urbano.

En La Habana, los Planes de Desarrollo Integral dan cuenta, en sus textos, de una posición alternativa, si bien reconocen un diagnóstico alineado con el de otros discursos internacionales. Esta visión integral del desarrollo, en la cual los instrumentos económicos se erigen como herramientas al servicio de la cultura y la calidad de vida, se entronca en discursos esgrimidos décadas atrás por los propios países en desarrollo para fundamentar otro estilo o visión del mismo. De hecho, en la versión del Plan de Desarrollo Integral 2030 se establecen directrices para la tutela del Centro Histórico desde una mirada holística, atendiendo los criterios urbanos a partir de una construcción colectiva. De este modo, se ratifica la noción de patrimonio integral como guía para el desarrollo de políticas de gestión del Centro Histórico. Esta incorporación del concepto en políticas de gestión ha resultado más valiosa que su formalización en una norma jurídica, dado que permitió que el organismo con relación más directa con el territorio pueda realizar acciones y ejecutar políticas para lograr su aplicación. En el caso analizado, la coyuntura permitió a un organismo (la OHCH) asumir un rol preponderante en la determinación y ejecución de políticas públicas en el Centro Histórico, reemplazando, incluso, a organismos nacionales específicos en materias como el medio ambiente. En otros contextos administrativos y económico-sociales de la región pueden existir dificultades para la aplicación de este modelo, atento la multiplicidad de niveles estatales y de organismos públicos de gestión sobre los centros históricos, como también la presión de diversos actores (económicos y sociales) sobre las políticas a implementar.

El caso que procuramos enfocar en este trabajo se forjó ante una coyuntura económica crítica y en sus lineamientos políticos se evidencia una preocupación por sortear la misma. Las críticas recuperadas en el trabajo dan cuenta de que, a pesar de una formulación discursiva alternativa, el concepto de patrimonio cultural continúa ligado a los objetos materiales y a una concepción del valor de ciertos bienes originada en conocimientos expertos. El discurso patrimonial de los habitantes del Centro Histórico no se visualiza

en los Planes y su participación se limita a la consulta pública y a eventos puntuales de participación. En este contexto, a pesar de surgir de los diversos documentos consultados la orientación de gestión a partir de la noción de patrimonio integral, las mejoras en las condiciones de vida de los habitantes del Centro Histórico no guardan proporción con el desarrollo de las actividades turísticas y comerciales destinadas a los visitantes extranjeros²⁷.

Con la publicación del PEDI 2030 se establecen nuevos desafíos a la gestión de este centro histórico, planteados por la emergencia de un nuevo contexto nacional (la aprobación de regulación sobre la inversión extranjera y compra venta de viviendas) e internacional. Entre estos desafíos, la desafectación de las empresas Habaguanex S.A. y Fenix S.A. del ámbito de la OHCH exigirán a esta última un esfuerzo para implementar las acciones del Plan Maestro simplemente con los recursos del Estado. En los próximos años, a partir de la supresión de los fondos de estas empresas, podrá evaluarse hasta qué punto el modelo de gestión de la OHCH podrá implementarse en otros centros históricos de la región, cuyos organismos de tutela habitualmente sólo poseen los recursos estatales.

Bibliografía

AAVV.

2001. *Desafío de una utopía: Una estrategia integral de gestión para la salvaguarda de la Habana Vieja*. La Habana: Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana y Ediciones Boloña.

Alfonso Lopez, Félix

02 jul. 2014. La Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana y la defensa del Patrimonio Histórico de La Habana, *Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana*, 2006. Disponible en: www.planmaestro.ohc.cu/recursos/papel/investigaciones/inv-felixohc.pdf

Berliner, David; Bortolotto, Chiara

2013. Introduction. Le monde selon l'Unesco. *Gradhiva*, no 2, p. 4-21.

Cabanes Espino, Iris; Fernández Martínez, Martha; Prado Sifontes, María Elena

03 set. 2018. El ejercicio del derecho de propiedad sobre el suelo urbano. Su sentido social. *Ámbito Jurídico*, XIII, n. 75, 2010. Disponible en: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7489.

Caldwell, Lynton

1984. Integración de la política ambiental y el desarrollo económico: prioridad para el accionar político nacional e internacional. Algunos ejemplos latinoamericanos. *Revista Ambiente y Recursos Naturales*. vol. I, n. 3, pp. 23-35, julio-septiembre.

Carrion Mena, Fernando

03 jul. 2014. El futuro está en el ayer: La Habana Vieja, una plataforma de innovación. In: Carrion Mena, Fernando. *Una experiencia singular: Valoraciones sobre el modelo de gestión integral de la La Habana Vieja, Patrimonio de la Humanidad*. UNESCO, Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, 2006. Disponible en: http://works.bepress.com/fernando_carrion/334.

Castillo Ruiz, José

06 sep. 2013. El futuro del Patrimonio Histórico: la patrimonialización del hombre. *E-rph, Revista electrónica de Patrimonio*. Diciembre 2007. Disponible en: <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/concepto/estudios/articulo.php>.

Ezquerro Quintana, Geraldine

25 jun. 2014. Medio ambiente en las políticas de desarrollo en Cuba: Centro Histórico de La Habana. La Habana, 2010. Tesis (Magister en Sociología) - Universidad de La Habana. Disponible en: <http://www.planmaestro.ohc.cu/recursos/papel/investigaciones/tesis-geraldine.pdf>.

Galbraith, Jean y Zaring, David

1990. Soft law as foreign relations law. *Cornell Law Review*, v. 99, pp. 735-794, 2014 Disponible en: <http://cornelllawreview.org/files/2014/05/99CLR735.pdf> Acceso em: 03 may. 2014.

García Canclini, Nestor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, Gatti, Gabriel y Muriel, Daniel

2006. El patrimonio, en el quicio de lo viejo y lo nuevo. In: Gatti Gabriel y Martínez de Albeniz, Iñaki (eds.). *The production of identity in the society of knowledge: Expert culture and identity in the Basque Country*. País Vasco: Azcoaga, pp. 25-67.

- Guidi, Freddy
 mayo-junio 1988. Evolución de los criterios de intervención en el patrimonio. *Revista Sumarios*, v. 123, pp. 14-18.
- Haidar, Victoria y Berros, Valeria
 2014. Entre el sumak kawsay y la “vida en armonía con la naturaleza”: disputas en la circulación y traducción de perspectivas respecto de la regulación de la cuestión ecológica en el espacio global. *Revista Theomai*, Buenos Aires (en prensa).
- Harvey, David C.
 2001. Heritage pasts and heritage presents: temporality, meaning and the scope of heritage studies. *International Journal of Heritage Studies*, vol. 7, no 4, p. 319-338.
- Iglesias Gil, José
 23 jun. 2014. El Patrimonio Integral. In: Conferencia en la Fundación César Manrique, 19/04/2007, Canarias. Disponible en: <http://www.fcmanrique.org/actiDetalle.php?idActividad=70&ord=T>
- Kirshenblatt-Gimblett, Bárbara
 2006. World Heritage and Cultural Economics. In: KARP, Ivan y KRATZ, Corinne (eds.). *Museum Frictions: Public Cultures/Global Transformations*. Nueva York, Duke University Press.
- Martorell Carreño, Alberto
 2010. *Itinerarios culturales y patrimonio mundial*. Lima: USMP.
- Mesa-Lago, Carmelo
 2013. Los cambios en la propiedad en las reformas económicas estructurales de Cuba. *Espacio Laical*, N° 223, pp. 1-13.
- Muriel, Daniel
 2007. El Patrimonio como Tecnología para la Producción y Gestión de Identidades en la Sociedad del Conocimiento. *Revista de Antropología*, n. 19, pp. 63-87.
- Pichler, Adelheid
 2016. The dynamics of heritage choice and heritage regimes in the “Making of Old Havana” en Bendix, Regina F.; Eggert, Aditya; Peselmann, Arnika. *Heritage regimes and the state*. Universitätsverlag Göttingen., pp. 39-57.
- Rajagopal, Balakrishnan
 2003. *International law from below: Development, Social Movements, and Third World Resistance*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Ratner, Silver
 1998. International Law: the trials of global norms. *Foreign Policy*, n. 110, pp. 65-78.
- Rodríguez Alomá, Patricia
 1996. Viaje en la memoria: apuntes para un acercamiento a La Habana Vieja. La Habana, Oficina del Historiador de La Habana.
- Rodríguez Otero, Carlos
 2013. Ordenamiento territorial. *Planificación Física Cuba*, pp. 18-31.
- Smith, Laura Jane
 2011. El “espejo patrimonial”. ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples?. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 12.
- Sozzo, Gonzalo
 2009. El arca cultural: entre lo público y lo privado, un proyecto democratizador de la Propiedad Privada (el caso de la tutela del Patrimonio Cultural en la provincia de Santa Fe, República Argentina). In: Sozzo, Gonzalo (Comp.) *Protección Jurídica del Patrimonio Cultural: estudios sociojurídicos para su construcción*. Santa Fe: UNL.
- Volta Díaz, Francisco
 20 jun. 2014. ¿Es posible la aplicación del modelo de gestión de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana en otras Ciudades Históricas de Cuba?, 2010. Disponible en: www.planmaestro.ohc.cu/recursos/papel/investigaciones/art-frank.pdf.
- Waisman, Marina
 1995. *La arquitectura descentrada*. Buenos Aires: Escala.

Notas

- ¹ Al respecto la bibliografía es abundante. Una breve síntesis puede consultarse en el sitio de la Oficina del Historiador de Cuba, accesible en www.ohch.cu
- ² Informe Final de la reunión de expertos convocada por la Secretaría General de OEA sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico.
- ³ Este texto replica las conclusiones de la reunión de expertos para la consulta sobre ciudades históricas (organizada por ICOMOS en 1984) y fue aprobado por el Comité del Patrimonio Mundial en su 8va. Sesión (Buenos Aires, 1984).
- ⁴ Concepto implícito en la Conferencia de la Biósfera celebrada en París en 1968 y presente en una serie de reuniones previas a la Conferencia de Estocolmo de 1972.
- ⁵ *“La civilización tiene sus raíces en la naturaleza, que moldeó la cultura humana e influyó en todas las obras artísticas y científicas, y de que la vida en armonía con la naturaleza ofrece al hombre posibilidades óptimas para desarrollar su capacidad creativa, descansar y ocupar su tiempo libre”* (Carta de la Naturaleza, texto adoptado por la Asamblea General de la ONU por Resolución 37/7 de 1982).
- ⁶ I Informe “Nuestro Futuro Común” fue elaborado en 1987 por una comisión creada por la ONU y encabezada por Gro Harlem Brundtland. En este informe se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible (o desarrollo sustentable), definido como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.
- ⁷ Esta Declaración fue elaborada en el marco de la Conferencia mundial sobre las políticas culturales de México en 1982. El mayor aporte de la misma es su definición de cultura, la inclusión de un conjunto de principios de las políticas culturales y la asociación entre identidad y diversidad cultural.
- ⁸ El informe “Nuestra Diversidad Creativa” fue elaborado en 1996 por la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo creada por UNESCO y encabezada por Javier Pérez de Cuéllar. En este informe se destaca la dimensión cultural del desarrollo basado en los seres humanos y se advierte acerca de la relevancia de preservar las manifestaciones inmateriales de la cultura.
- ⁹ La “Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo”, aprobada en la Asamblea General de ICOMOS (Méjico, 1999) establece: *“El concepto de patrimonio es amplio e incluye entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes y los conocimientos y experiencias vitales...”*. En el mismo sentido se expresa la Conferencia MONDIACULT en la Declaración de México sobre las Políticas Culturales, 1982.
- ¹⁰ Así, desde la última década del siglo XX se han reconocido caminos culturales, paisajes culturales y canales culturales como categorías específicas de patrimonio cultural.
- ¹¹ De este modo, el desarrollo cultural se constituye como una alternativa para luchar contra la marginalidad, el desarraigo, la transculturación compulsiva y la dependencia.
- ¹² Mediante subvenciones directas, préstamos a bajo interés por parte del Estado o expropiación de los bienes que no pueden ser salvaguardados por la actividad privada.
- ¹³ No obstante se recomienda también para éstos una subvención estatal para permitirles continuar su estilo de vida (Punto 46 de la Recomendación).
- ¹⁴ Este Principio establece que el objetivo de las personas *“...no es la producción, la ganancia o el consumo per se, sino su plena realización individual y colectiva, y la preservación de la naturaleza.”* El resaltado (que nos pertenece) tiene como finalidad visibilizar la visión holística del patrimonio.
- ¹⁵ El Principio 15 introduce el reconocimiento de estilos de desarrollo, al expresar *“Se requieren nuevos modelos y es en el ámbito de la cultura y de la educación en donde han de encontrarse.”* Este reconocimiento es reiterado en el Principio 41 referente a Administración, Planificación y Financiamiento de las Actividades Culturales, el cual da cuenta de que para realizar estas actividades *“...se han de tomar en consideración las necesidades y problemas de cada sociedad...”*.
- ¹⁶ El informe los enuncia como lugares “plagados de edificios deteriorados, un tráfico descontrolado y una creciente contaminación del aire”.
- ¹⁷ Adoptado por la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo en 1998.
- ¹⁸ Así, el objetivo 3 de Política recomendado a los Estados entiende que el patrimonio *“hoy tiene que ser entendido como todos los elementos naturales y culturales, tangibles e intangibles, que son heredados o creados recientemente”*.
- ¹⁹ Declaración de San Antonio, Texas, 1996.
- ²⁰ Las gestiones que realiza la OHCH se fundamentan en que el reconocimiento de la propiedad privada por parte del Código Civil de Cuba se realiza conforme a su destino socioeconómico (art. 129.1). Debe advertirse que en el Centro Histórico de La Habana Vieja el 78% de los inmuebles tienen uso residencial (totalmente o en parte). La ley de Reforma Urbana de 1960 confiscó todas las viviendas excepto aquellas en las cuales vivían sus propietarios, al tiempo que permitió a los arrendatarios obtener el título de propiedad de las viviendas que habitaban por más de 20 años pagando el arancel de la locación al Estado. En virtud de estas disposiciones, gran parte de la población cubana es propietaria de su vivienda. En el área estudiada, casi el 42 % son propietarios, en tanto que el 45,4 % son usufructuarios gratuitos. Como indican varios autores (Mesa-Lago, 2013; Alfonso Lopez, 2006, AAVV 2001), durante largo tiempo los propietarios carecieron de materiales de construcción para repararlas y mantenerlas adecuadamente.
- ²¹ En esta época el Instituto de Planificación Física operaba con la metodología de establecer un Plan Director que permitió operativizar la dirección, regulación y control del proceso de desarrollo de las ciudades con inversiones estipuladas a cinco años (Fuente: https://www.eured.cu/Plan_General_de_Ordenamiento_Territorial_y_Urbanismo, consultado el 03/09/2018)
- ²² El mismo fue fundado en 1994, reúne a especialistas de diversas disciplinas, a integrantes de entidades que trabajan en el planeamiento territorial y a universidades y centros de investigación, con el objetivo de examinar la problemática del Centro Histórico y definir estrategias para su recuperación.
- ²³ Conforme su organigrama, la Oficina del Historiador está estructurada en una Dirección Central (de la cual dependen Medios Masivos de Comunicación, Plan Maestro de Revitalización, Dirección de Patrimonio Cultural y Dirección Económica), unas Direcciones Especializadas (que a su vez abarcan sectores como inversiones, proyectos, arquitectura,

recursos humanos, vivienda, entre otros) y un Sistema Empresarial (en el cual confluyen las distintas empresas y el sector terciario que fueron creados al efecto).

- ²⁴ Éstas se sumaban a la recuperación física de la estructura urbana, al desarrollo económico, a las estrategias participativas y a aquellas referidas a infraestructura y vivienda.
- ²⁵ Al respecto, en el punto “Gestión del Desarrollo Integral” se aborda un eje sobre sostenibilidad cultural en el cual se enuncia que en el Centro Histórico *“el paisaje urbano y humano se van entremezclando, produciéndose una huella de valores tangibles e intangibles generados por la convivencia en el tiempo de realidades culturales diversas”* (pág. 53).
- ²⁶ Conforme datos del Informe de Avance del Plan Estratégico de Desarrollo Integral presentado en 2011, “Un balance del destino de estos recursos manifiesta que el 43,4% de los ingresos fue destinado a proyectos productivos, mientras que el 56,6% se dedicaron a proyectos y programas sociales...” (PEDI, 2011,36).
- ²⁷ En este sentido, las condiciones de habitabilidad de las viviendas del Centro Histórico, que se diagnosticaron en malas condiciones hacia la década del ‘90 poco han mejorado hasta la fecha, indicándose que “en las últimas décadas se ha incrementado la cantidad de edificaciones en mal y pésimo estado” (PEDI 2030, p. 31).

Recibido: 26/07/2018
Reenviado: 04/10/2018
Aceptado: 18/10/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos

Crónica de Eventos

Real Food - Guia de Restauração de Vila Real

Vitor Rodrigues* Xerardo Pereiro**

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

O turismo gastronómico é um fenómeno emergente e relativamente recente, constituindo-se, cada vez mais, como um produto turístico de relevo. Acresce que a gastronomia de um destino tem ganho uma importância considerável no que à avaliação da experiência turística diz respeito. No sentido de dar a conhecer a oferta gastronómica de Vila Real, a equipa de investigação CETRAD-DOUROTUR organizou uma apresentação dedicada à Restauração do Município. Assim, inserindo no âmbito do projeto Dourotur, decorreu, no passado dia 3 de outubro de 2018, no Auditório da Biblioteca Central da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) a apresentação pública do projeto gastronómico *Real Food* – Guia de Restauração de Vila Real, que contou com a participação de mais de 130 pessoas (estudantes de turismo e animação, docentes, jornalistas, agentes sociais locais e demais convidados).

O peso da alimentação, no presente, vai além da mera necessidade e imperativos biológicos. Hoje, é também entendida como forma de mediação e representação simbólica das identidades culturais, posicionando-se como uma componente imprescindível do património cultural. Conscientes dessa realidade, os destinos orientam e sustentam, cada vez mais, a sua oferta na componente gastronómica ou, pelo menos, usam-na como atrativo complementar de elevada importância.

A sessão de abertura e boas-vindas aos convidados ficou a cargo do Sr. Vice-Reitor da UTAD (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro) para o Planeamento e Internacionalização, Artur Cristóvão, e do Director do Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD), Timothy Koehnen. A intervenção de Artur Cristóvão centrou-se, em larga medida, na importância da alimentação no contexto mundial. Afirmou que falar e investigar sobre alimentação está na moda, que a alimentação é um prazer e um ritual que proporciona felicidade. Do mesmo modo, chamou para debate o facto de existirem 800 milhões de pessoas no mundo a passar fome, abordando a questão dos desperdícios alimentares (considerados exagerados), um fenómeno que se assiste nas próprias cantinas universitárias. Ideia que acabou por retomar no final da sua intervenção.

Alertou os participantes sobre o que está por trás do processo de produção, distribuição e consumo de alimentos, e para a necessidade de se pensar o esforço implícito nesse processo (relação terra, água, tempo de trabalho). Frisou, igualmente, a diferença entre alimentação e gastronomia, esta última mais ligada às artes culinárias e à cozinha, enquanto a primeira associada à produção agrícola, ao transporte de alimentos, aos conhecimentos e saberes, à tecnologia e à cultura. Seguidamente deixou uma importante nota sobre a recuperação da ética, a política, a sustentabilidade e a soberania alimentar como base da produção de alimentos. Através de casos pessoais, fruto das suas viagens em contexto profissional (ex. Salão do Gosto em Torino, Itália), transmitiu também a estreita conexão entre gastronomia e cultura, como forma de um visitante mergulhar e contactar com os hábitos e costumes do local visitado, sublinhando, assim, a importância do guia apresentado, como forma de melhor ligar visitantes com visitados.

Introduziu, da mesma forma, o conceito e movimento *slow food*, defendendo os produtos e pratos locais e/ou regionais, em detrimento das cadeias de *fast-food* que, num contexto muito particular, podem retirar a componente da experiência e do prazer que, muitos de nós, associamos ao momento das refeições, especialmente quando viajamos. Realçou e assumiu, em todo o caso, não ter uma posição

* Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal); E-mail: vitoragr@utad.pt

** Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal); E-mail: xperez@utad.pt

totalmente negativa e contrária em relação aos restaurantes de comida rápida. Aproveitou o seguimento para louvar projetos como o Terra Madre e outros que se assemelham.

O discurso prosseguiu com a sensibilização da plateia para a importância da temática do desperdício alimentar e do trabalho desenvolvido por um conjunto de entidades (e.g. ReFood Vila Real¹). Entidades essas que procuram mitigar ou, amenizar, um problema atual, num País e Mundo que se querem sustentáveis, também no campo alimentar, mas onde as desigualdades sociais e económicas ainda imperam.

Por seu turno, Timothy Koehnen começou por sublinhar o importante contributo que o Guia de Restauração de Vila Real traz à cidade duricense, mas também à própria região, estendendo os agradecimentos e felicitações à coordenação, na pessoa do Sr. Prof. Doutor Xerardo Pereiro, e aos autores, Gonçalo Mota e Vitor Rodrigues. Aproveitou, assim, a ocasião e o seguimento para demonstrar, aos presentes, a preponderância do CETRAD enquanto centro de investigação com distintos grupos de trabalho² que, embora atuando em áreas diferenciadas, acabam por se interligar e complementar. O foco do seu discurso orientou-se, posteriormente, para o Projecto Dourotur e respectivo trabalho desenvolvido até à data. Segundo o próprio, a equipa em muito tem contribuído para aprofundar o conhecimento sobre a actividade turística na região, fruto de um trabalho e metodologias que privilegiam a proximidade com os agentes locais e regionais. Incluiu, neste ponto, o guia de restauração da cidade de Vila Real, atribuindo-lhe um peso considerável, muito pela ausência de trabalhos semelhantes o que, por si, se constitui como uma inovação. Por fim, referiu a o valor da questão afetiva entre gastronomia e a sua fixação em Portugal e em Vila Real, há 30 anos. Enquanto consumidor, afirmou ter sido a gastronomia nacional a despertar uma ligação sentimental e emocional ao território e, consequentemente, à identidade deste.

O evento prosseguiu com a apresentação da temática do Seminário, feita através da intervenção de Manuel Luís Tibério, presidente da ECHS (Escola de Ciências Humanas e Sociais) da UTAD e vice-diretor do CETRAD. O facto de muita da sua investigação se centrar na componente agrícola e alimentar acabou por facilitar a introdução ao tema. Uma intervenção também ela centrada na íntima relação entre alimentação, território e identidade. Entre outros apontamentos de relevo, ressaltar dois em específico que, propositadamente, foram referidos como forma de demonstrar a associação simbólica entre a região de Trás-os-Montes e Alto Douro (Norte interior de Portugal) e a alimentação. O primeiro, “peixe não puxa carroça”, é-nos familiar e estabelece a ligação entre a necessidade do consumo de carne e a força/energia a aplicar para o desenvolvimento de trabalhos forçados e pesados (e.g. trabalho nas vinhas). O segundo, “as mulheres consomem mais peixe e vinho branco” e os homens “mais carne vermelha e vinho tinto”, deixa bem patente as questões de género e a relação com a alimentação, que ainda se fazem sentir na região, permitindo estabelecer um paralelismo entre as atividades profissionais, mais ou menos exigentes fisicamente, e nas quais o corpo é a principal ferramenta de trabalho, desenvolvidas por uns e outros. O Professor Tibério também afirmou que a alimentação implica relações e afetos, festa e trabalho como marcadores identitários. Na continuação, agradeceu aos alunos da licenciatura em turismo o seu envolvimento nos passos que antecederam a construção deste guia interativo e digital dos restaurantes de Vila Real, que representou um bom treino para a investigação social do turismo e um primeiro envolvimento dos agentes sociais da restauração local. O guia, frisou, é uma resposta a uma necessidade identificada pelos restauradores, na investigação preliminar publicada recentemente na revista da SPAE (Sociedade Portuguesa de Antropologia e Etnologia). Nessa investigação, a alimentação e turismo foram analisados na ótica do desenvolvimento do território. Em específico, o olhar sobre a alimentação transportou-a para o campo patrimonial, ou seja, uma paisagem no prato, que consumida em lugares sociais como os restaurantes, tem múltiplos significados que devemos decodificar.

No seguimento desta intervenção, foi apresentado, pelo Professor Xerardo Pereiro, o artigo “Comer e Beber As Paisagens: Alimentação e Turismo nos Restaurantes de Vila Real³”, da sua autoria e co-autoria de Manuel Luís Tibério e Vitor Rodrigues. Neste trabalho, os autores abordaram e refletiram sobre as relações entre alimentação e turismo, sustentando a sua análise no estudo de caso da restauração de Vila Real. A metodologia aplicada no desenvolvimento do artigo, deve muito aos alunos de 3º ano da licenciatura em Turismo da UTAD, tal como Xerardo Pereiro fez questão de sublinhar e reforçar, uma vez que o trabalho preliminar por eles desenvolvido permitiu, em grande medida, caracterizar a oferta de restauração existente na cidade. O artigo percorre, depois, as diversas dimensões associadas à alimentação e à gastronomia, em particular. Desde a sua função primária, de cariz biológico, a uma dimensão sensorial que transporta o consumidor para uma experiência ímpar e de desfrute. Na continuação, associa-se a gastronomia ao património cultural de um local ou destino turístico, estabelecendo-se, assim, a ponte com o que havia sido dito pelos anteriores intervenientes. Por último, foram apresentados os resultados desta investigação, através da caracterização dos espaços de restauração envolvidos, da sua oferta alimentar e do perfil dos visitantes, com base na opinião dos proprietários entrevistados. Do

mesmo modo, Xerardo Pereira, defendeu as vantagens da utilização do método antropológico aplicado ao turismo, da co-investigação com os agentes sociais envolvidos e, simultaneamente do trabalho em equipa promovido pelos investigadores. Acrescentou ser desta forma o melhor processo de praticar a responsabilidade social investigadora, transferir e partilhar o conhecimento com a sociedade.

Posto isto, procedeu-se à apresentação do guia, motivo central do evento, que foi responsabilidade direta dos seus respetivos autores, Gonçalo Mota e Vitor Rodrigues. Na introdução, optaram por estender os agradecimentos aos convidados presentes, sublinhando a importância da investigação colaborativa para o sucesso do trabalho desenvolvido. No seguimento, foi referida a complexidade da tarefa, tendo sido exemplificados alguns obstáculos que tiveram de ser contornados durante todo o processo. Acima disso, foram também identificadas as valências do seu contributo, tanto para a cidade de Vila Real, como para a própria região do Douro. Nas suas palavras, assumem que o guia é um trabalho piloto e estático, mas que se pretende dinâmico e aplicado a toda a região, se as vontades dos diferentes *stakeholders* convergirem nesse sentido. Posto isto, apelaram à continuação e atualização deste trabalho, sensibilizando a plateia para o valor acrescentado que este tipo de projetos acaba por gerar. Terminada a apresentação, foi aberta a discussão ao público, tendo sido levantadas e debatidas questões relacionadas com a metodologia de trabalho de campo aplicada, os principais constrangimentos na realização do guia, os critérios de seleção e categorização, as curiosidades e demais aspetos que se consideraram ser relevantes para o momento.

No final da apresentação, deu-se a transição para uma mesa redonda, não sem antes os envolvidos despendem alguns minutos para conceder entrevistas aos órgãos de comunicação social da região. Esta interrupção, ainda que de certa forma forçada, acabou por ser útil na promoção e divulgação de um trabalho que pretende servir a comunidade, o município de Vila Real e a região do Douro.

A mesa redonda contou com a participação de Alexandre Guedes (representante do Turismo do Porto e Norte de Portugal - TPNP), José Meireles (Técnico Superior de Turismo da Câmara Municipal de Vila Real), Florência Ramos (representante da Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo - APHORT), Celeste Gonçalves (gerente do Hotel e Restaurante Miraneve) e Daniel Gomes (chef do restaurante Cais da Villa), tendo sido moderada pelo Professor Xerardo Pereira. Após uma breve apresentação da composição da mesa, teve a palavra Alexandre Guedes, que se mostrou agradável e positivamente surpreendido pela exibição do resultado, agradecendo o empenho e dedicação da equipa do Dourotur, pelo serviço prestado à região. Referindo-se à gastronomia (e vinhos), como um produto estratégico e preponderante para o Douro, realçou as ações, estratégias e eventos que têm vindo a ser idealizados e implementados pela entidade regional, no sentido de materializar e dar significado ao produto (e.g. Fins de Semana gastronómicos com mais de 1000 restaurantes envolvidos e 200 ementas). Ainda que a ótica do TPNP seja global, abrangendo toda a região Norte de Portugal, ficou a relevância de dar continuidade ao trabalho desenvolvido até à data, como forma de o replicar no território. Em certa medida, acabou por mostrar abertura para a colaboração construtiva entre as duas entidades, como complemento ao que de positivo tem sido concretizado.

A segunda intervenção foi da responsabilidade de José Meireles, também ele extremamente agradado com o contributo e mais-valia trazidos pelo guia. Explicou, durante a sua exposição, os grandes constrangimentos que se atravessam no caminho de entidades como as autarquias e que, na grande maioria das vezes, colocam o sucesso de iniciativas similares em causa. Isto é, verificam-se muitas resistências e desconfianças por parte dos restauradores face às propostas municipais, que nem sempre são fáceis de ultrapassar. Referiu, simultaneamente, os esforços desenvolvidos pela CM de Vila Real no âmbito turístico, patente através da participação em 10 feiras turísticas por ano e também nos três roteiros desenvolvidos (Natureza, Património, Gastronomia e Vinhos), numa clara articulação com a Loja Interativa do Turismo do concelho de Vila Real, cuja função primária passa pela recolha de dados sobre os visitantes. Foi também demonstrada abertura para incluir o guia nas plataformas *on-line* da Câmara Municipal, como forma de completar e atualizar a informação existente.

Na voz de Florência Ramos, a APHORT teve a possibilidade de demonstrar o papel ativo e acompanhamento constante que mantém junto dos seus associados. Após uma breve contextualização sobre as funções da associação, a convidada citou alguns exemplos de ações de formação, *workshops* e demais eventos organizados com o propósito de qualificar, aproximar e dotar o sector da restauração de recursos apropriados ao seu bom funcionamento. *Afirmou igualmente que a restauração precisa hoje muita mão-de-obra bem qualificada.* Convergindo com as ideias anteriores, disponibilizou-se para estabelecer parcerias com a UTAD para que, no futuro, iniciativas como esta alcancem uma visibilidade e peso superiores e que, ao mesmo tempo, partilhem conhecimento e valorizem as experiências comunitárias e turísticas da restauração.

O contributo trazido por Celeste Gonçalves esteve, essencialmente, relacionado com a sua história e longa experiência profissional. Centrou-se no percurso percorrido desde a adolescência, enquanto rececionista, até ao presente, como responsável máxima de um empreendimento turístico e espaço de restauração na cidade de Vila Real, o restaurante Miraneve, cujo traço principal é o facto de se encontrar aberto 24 horas/dia. Celeste Gonçalves, que se apaixonou pelo turismo aos seus 16 anos, demonstrou, através de variados exemplos, a sua versatilidade enquanto profissional de turismo e a importância dessa polivalência. Num tom confessional e cúmplice, com a plateia, frisou a importância da divulgação do guia para que disso resulte o aumento do número de visitantes. Aproveitando o momento, deu muitos bons conselhos aos jovens estudantes de turismo para que se mostrem pró-ativos, que tenham qualidade no serviço, que pensem na relação entre qualidade-preço, no valor dos produtos regionais e, acima de tudo, que demonstrem prazer e gosto no gostar na atividade que irão desenvolver futuramente. Em conclusão, felicitou todos os envolvidos na elaboração do guia e terminou reforçando que “temos que manter as nossas tradições e divulgá-las”, manifestando o seu interesse na participação em iniciativas futuras promovidas pela equipa Dourotur e/ou pela UTAD.

Também o chef Daniel Gomes optou por contextualizar o seu percurso de formação e profissional, até ao momento em que “ingressou” no Douro, mais concretamente, em Vila Real. Como chef de um dos ex-libris da restauração local, o restaurante Cais da Villa, começou por sublinhar que, no presente, só se vende “a parte bonita da atividade”, em detrimento das horas de pesquisa, motivação de equipas, procura por produtos de qualidade, entre outras tarefas de complexidade considerável que, estando implícitas, passam, muitas das vezes, despercebidas ao público. De forma aberta e sincera, explicou a transformação positiva que implementou aos pratos locais e regionais, na ótica da *nouvelle cuisine*, sem que com isso tenha adulterado as receitas originais. Em último lugar, salientou e aplaudiu (figuradamente) o guia de restauração de Vila Real, disponibilizando-se para manter a colaboração com o projeto atual ou futuros. Durante a sua intensa e vibrante apresentação, mostrou a sua filosofia como chef de cozinha: o amor à profissão, os pratos regionais apresentados de forma moderna e a capacidade de traduzir a região através das 400 referências de vinhos. Segundo ele “os turistas vêm à procura de uma história” e os empregados de mesa têm, como missão, saber transmitir essa mensagem e ir ao encontro dessas expectativas.

Terminada a primeira ronda da mesa, o moderador moveu a audiência para a discussão, o que precipitou um conjunto de comentários e questões que enriqueceram o evento. José Meireles afirmou que o turismo era antigamente o parente pobre das Câmaras Municipais do interior, algo que hoje em dia já não acontece, pois já se trabalha mais o turismo desde a identidade coletiva e a geração de riqueza. Finalizado o debate, o Professor Xerardo Pereiro deu por encerrado o evento, endereçando e reforçando os agradecimentos quer aos convidados, quer ao público presente, e também parabenizando aos autores do guia⁴, pelo excelente trabalho que atribui um novo *tunning* cultural à gastronomia de Vila Real.

Notas

- ¹ Página Oficial no Facebook: <https://pt-pt.facebook.com/pages/category/Nonprofit-Organization/Refood-Vila-Real-356685601182512/>
- ² Grupos de Investigação CETRAD: <https://cetrad.utad.pt/geralgrupo>
- ³ Ver: Pereiro, Xerardo; Tibério, Manuel Luís; Rodrigues, Vítor (2018): “Comer e beber as paisagens: Alimentação e turismo nos restaurantes de Vila Real”, em *Trabalhos de Antropologia e Etnologia* 2018, vol. 58, pp. 359-385. ISSN: 2183-0266. Online em https://revistataeonline.weebly.com/uploads/2/2/0/2/22023964/11d.tae58_comer_xerardopereiro_final.pdf
- ⁴ Disponível, em breve, na web do projeto Dourotur (<http://dourotur.utad.pt/>).

Recibido: 17/10/2018
Reenviado: 15/12/2018
Aceptado: 29/03/2018
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

González Vázquez, D., Riera Miralles, F. (2018);
*Girona terra memorial. Espais de memòria i turisme
a les comarques gironines*. Patronat de Turisme
Costa Brava Pirineu de Girona: Girona.

ISBN: 978-84-09-06002-3

Saida Palou Rubio*

Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural; Universitat de Girona

Turismo y memoria histórica son entidades que confluyen en la arena de las movilidades modernas, inmescuyéndose de forma variable en función del lugar, el tiempo, el recurso memorial y el perfil de agentes implicados en su activación. Los orígenes de las visitas a los denominados espacios memoriales (generalmente relacionados con un pasado conflictivo y de dolor) son prácticamente centenarios, puesto que se sitúan en los desplazamientos que los excombatientes de la I Guerra Mundial y algunos ciudadanos realizaron en los escenarios del postconflicto con la finalidad de rendir recuerdo y conmemorar a las víctimas. La interpretación y museización de los espacios memoriales (relacionados con el Holocausto y la II Guerra Mundial, básicamente) proliferó a finales del siglo XX coincidiendo con la eclosión del turismo de masas, si bien los lugares de memoria nunca se convirtieron en iconos del turismo fordista ni siquiera postfordista. Ya en pleno siglo XXI se creó la red de Chemins de Mémoire en Francia, una iniciativa que integró diversos espacios de memoria con el propósito de fomentar la conciencia histórica y la promoción del desarrollo territorial, unido a la finalidad de reposicionar una región local dentro de una historia mundial (Hertzog, 2013).

En la actualidad, los lugares y patrimonios memoriales irrumpen en la escena turística adquiriendo una nueva función y uso sociocultural, incluso un valor de mercado inédito hasta el momento. La activación turística de algunos vestigios y elementos históricos puede representar una oportunidad para el dinamismo socioeconómico del territorio y al mismo tiempo una posibilidad para la reflexión, el conocimiento y la crítica del pasado. La imagen del pasado, la memoria de unos hechos históricos –convulsos– emerge como polo de acción turística y lugar de reconstrucción y cocreación de memoria. Se trata, por lo tanto, de una experiencia turística y cultural que trasciende los objetivos económicos y de desarrollo territorial asociados al turismo, y que pone en evidencia la premisa que ninguna activación patrimonial es neutral (Prats, 1997).

Los diversos modelos y experiencias de valorización turística del patrimonio memorial obedecen y reproducen lógicas e intereses distintos; la tipología de vestigio, el grado de institucionalización y promoción, así como la oferta de servicios y la accesibilidad del lugar son tan solo algunos de los factores que condicionan el carácter de cada producto turístico y su conservación. La participación de distintos agentes en la puesta en valor del recurso memorial (instituciones, asociaciones, familiares, académicos, expertos, profesionales...) es un aspecto absolutamente relevante, puesto que en función de la red de actores y su grado de implicación, la orientación turística del lugar, así como su interpretación y conservación, tendrán unos u otros resultados. Cabe tener en cuenta que actualmente, en el estado

* Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural; Universitat de Girona; E-mail: saida.palou@udg.edu

español, se está produciendo un cambio de “paradigma memorial” en el que la memoria democrática adquiere protagonismo y se sobrepone al discurso de la recusación, equiparación y desmemoria. La difusión de la memoria democrática, por lo tanto, abre nuevas posibilidades turísticas y sociales que de algún modo contestan el “modelo memorial” institucionalizado e instaurado desde los años ochenta. Así, el turismo representa una notable posibilidad para la concienciación, crítica y conocimiento de los hechos del pasado y la difusión de valores cívicos y democráticos. De hecho, la sociedad se convierte en el auténtico protagonista del lugar de memoria (Bouliou, 2013), ya que la presencia del visitante no tan solo le da sentido, sino que de algún modo “asegura” su función. El uso turístico del recurso memorial deviene una forma para narrar, también, el lugar. La memoria, fruto de un magma de sentidos y un proceso de construcción incesante, puede encontrar en el turismo una forma de divulgación y creación, y el turismo, en su acepción cultural, encuentra en los espacios memoriales un nuevo marco de experiencia y expansión.

En este entramado de relaciones y posibilidades, David González Vázquez y Ferran Riera Miralles, expertos en turismo cultural, proponen el desarrollo de un producto memorial inédito en la demarcación de Gerona. El libro *Girona terra memorial. Espais de memòria i turisme a les comarques gironines* es un trabajo a caballo de la investigación histórica y la gestión aplicada que ha merecido el Premio de investigación Yvette Barbaza otorgado por el Patronat de Turisme Costa Brava Girona-Pirineu Girona en 2016; el libro ha sido publicado en 2018 por parte del mismo ente de promoción, y está disponible en acceso directo en la página web del Patronat (<https://premisg.costabrava.org/yvette-barbaza/>).

González Vázquez y Riera Miralles se interrogan a propósito de la oportunidad, viabilidad y potencialidad del turismo memorial en las comarcas de Gerona, poniendo de manifiesto la existencia de un rico abanico de vestigios históricos y memorias susceptibles de atraer visitantes y generar actividad económica y sociocultural a su alrededor. Los pasados relacionados con el conflicto, el trauma, la guerra y el dolor forman parte de nuestro contexto cultural, y por ende de la realidad turística; los espacios bélicos son el recurso primigenio para empezar a hablar de turismo de memoria, sostienen los autores. El potencial de las comarcas de Gerona en materia de turismo memorial no es nada menospreciable, y según los autores existe un cuerpo de agentes e intereses con cierta voluntad de colaboración. De hecho, las comarcas de Gerona, como tantas otras de Cataluña, disponen de una significativa cantidad de recursos y patrimonios memoriales, muchos de los cuales entrarían en la categoría de patrimonios subyacentes o silenciosos establecida por Rubio-Arranz (2014), dada su presencia y apariencia discreta en el paisaje y su falta de apoyo institucional.

Como punto de partida, González Vázquez y Riera Miralles asumen que el caso francés, reconocido como original y de éxito, representa un modelo geográfico y conceptual a tener en cuenta para desarrollar el turismo memorial en Gerona. La propuesta de los autores pretende dar continuidad o salida a un trabajo previo realizado por parte del Memorial Democrático de la Generalitat de Catalunya a mediados de los dos-mil, que logró identificar, clasificar y jerarquizar una enorme cantidad de elementos memoriales (básicamente del siglo XX). La red de espacios de memoria creada tan solo una década atrás por parte del gobierno catalán carece de actualización, y muchos de los recursos que integra permanecen sin valorizar, aseguran los autores. Así, *Girona terra memorial* trata de ir más allá, incorporando nuevos elementos y proponiendo su valorización turística. La idea que se presenta es a todas luces sólida y ambiciosa. El libro propone la necesidad de creación de un nuevo producto, la mejora de su posicionamiento y la definición de un marco de gestión integral, logrando en su conjunto un equilibrio sensato entre investigación histórica, conceptualización teórica y propuesta de implementación.

Cabe remarcar que todo el trabajo se construye en base a un conocimiento sólido y contrastado de la realidad turística de Gerona, además de una evidente sensibilidad y conocimiento respeto a los recursos memoriales y su oportunidad como testimonios y vehículos de divulgación y conciencia crítica del pasado. A nivel metodológico se utilizan fuentes orales y se revisan documentos y otros modelos de turismo memorial, hecho que confirma una perspectiva local y al mismo tiempo global.

Girona terra memorial esboza de forma sucinta los principales conflictos que han marcado la historia mundial, europea, española y catalana a lo largo del siglo XX, con un formato y estilo pedagógico elocuente. Los autores ponen de relieve la tensión y debate conceptual entre memorias individuales y memorias sociales y colectivas, así como los nexos y divergencias entre historia y memoria. El auge de la memoria y la teoría de los espacios de memoria y su patrimonialización y exposición turística constituyen el eje teórico sobre el cual versa la primera parte del libro. Lejos de adoptar una visión reduccionista y fosilizada de la memoria, lógicamente más proclive a la espectacularización y posible banalización de los recursos y recuerdos del pasado, González Vázquez y Riera Miralles reflexionan sobre la maleabilidad de la memoria y los procesos sociales que la crean. La memoria, entendida como

reconstrucción del pasado y no mero recuerdo (González Vázquez y Riera Miralles, 2018), una visión del pasado (Traverso, 2007), emana siempre de procesos sociales complejos que van más allá del propósito de cada individuo. Siguiendo a Halbwachs (2004 [1925]), la creación de memoria es un proceso que depende y se produce siempre en función de contextos sociales determinados; así, recordar, olvidar, son actos que trascienden las voluntades e intenciones de cada individuo y se inscriben necesariamente en unos marcos sociales concretos. Halbwachs (2004 [1925]) y Nora (1984) nos hablan también de la distinción entre memoria e historia, del carácter presente que siempre tiene la memoria puesto que “explica” desde una actualidad concreta y situada hechos del pasado “que ya no existen”. Los espacios de memoria tienen que ser entendidos como lugares de pasado y presente que reflejan historia y que sobre todo hacen que la memoria trabaje –laboratorios de la historia, apunta Guixé (2009). De hecho, un lugar de memoria que no sea frecuentado no será un lugar de memoria, quizá un “mero” lugar de historia, sostiene Knafo (2012). Los autores de *Girona terra memorial* asumen que el turismo actúa en el lugar visitado, ya que su presencia opera sobre el mismo. Así mismo, González Vázquez y Riera Miralles no omiten una crítica (en forma de advertencia) sobre los procesos de sobreexposición o vulgarización turística que padecen algunos memoriales, aludiendo principalmente al caso de Auschwitz, que Cole (1999) ha identificado como Auschwitz-land a causa de una excesiva explotación turística basada en un discurso que anula la complejidad del lugar. Cuando las lógicas del mercado se superponen al valor patrimonial y memorial, el turismo acaba teniendo un efecto indudablemente pernicioso sobre el lugar de memoria, y esta cuestión no pasa por alto a lo largo del libro. La excesiva tematización y la obsesión por crear recursos no nos tienen que alejar del trabajo de la memoria, conviene Guixé (2017), según el cual es necesario evitar la *petrificación de la memoria* que mira al pasado y erigir y señalar con la voluntad de la transmisión ética y de pedagogía social.

Otra de las premisas clave que subyace en la obra es la importancia de crear narrativas y explicaciones de los hechos. Precisamente con el fin de evitar escenarios estériles o tematizados resulta sumamente importante asegurar una correcta interpretación de los hechos históricos. Esta cuestión es fundamental en un modelo de turismo que a menudo carece de materialidad, de vestigios y recursos tangibles. Así, el elemento interpretativo, sustentan los autores, es el aspecto principal en los espacios de memoria; en este sentido abogan por la creación de herramientas de interpretación destinadas a interpelar directamente al visitante, no solamente sus inquietudes históricas, sobre todo las de tipo moral y social. Cualquier espacio de memoria deberá evocar y relacionarse siempre con el presente (Guixé, 2008). El turismo memorial responde a un modelo de estructura dual, tiene dos vertientes complementarias –que no deben de contraponerse: de un lado, el aspecto relacionado con el desarrollo territorial y económico y del otro el aspecto relativo a la valorización y didáctica; según Laliou (2003), entre la vertiente económica y la ética debe de prevalecer la segunda. Cabe remarcar que todas las aproximaciones conceptuales a propósito de la categoría turismo memorial incluyen la idea de transmisión de mensajes y valores éticos: “practicar turismo de memoria no es únicamente adquirir conocimientos históricos, es también reflexionar sobre ellos” (González Vázquez, 2017: 99).

La propuesta de valorización turística de los lugares de memoria en las comarcas de Gerona se concreta en una serie de fases consecutivas y en el marco de un plan gradual y evolutivo, que empieza con la necesaria identificación y clasificación de los recursos y los agentes responsables de su puesta en valor. En la identificación de los lugares de memoria se valora en qué medida es posible la elaboración de un relato integral que incluya los distintos referentes del territorio, que permanecen enclavados en memorias fragmentadas –aunque no desconectadas. *Girona terra memorial* propone la valorización turística del patrimonio memorial, que básicamente consiste, o debe de consistir, en dotar todo el conjunto memorial de un relato homogeneizador a nivel mundial, atendiendo a los referentes internacionales y asegurando los valores democráticos, cívicos y en consonancia con los derechos humanos. El objetivo final de la valorización turística que se propone en *Girona terra memorial* consiste en situar la memoria histórica de país como patrimonio colectivo. Un propósito ambicioso que lógicamente trasciende cualquier estrategia turística ya que tiene una dimensión política y sociocultural fundamental.

En la parte final del libro se elabora una diagnosis de la situación, en la que básicamente se identifican tres carencias relevantes para llevar a cabo una efectiva puesta en valor del patrimonio memorial: de entrada, la excesiva politización de los recursos memoriales (alto grado de dependencia de las políticas e instituciones que impulsan su valorización, susceptibles a cambios y variaciones de todo tipo); en segunda instancia, una escasa difusión y visibilidad de los espacios; finalmente, la no existencia de una visión de conjunto integrada. La superación de dichas carencias podría favorecer la promoción de un turismo memorial en las comarcas de Gerona y dar continuidad y proyección a las experiencias y recursos memoriales existentes en el territorio. Finalmente, los autores se preguntan hasta qué punto

los distintos agentes del territorio disponen de los recursos y capacidades necesarios para liderar el proceso de gestión integral de un nuevo turismo memorial. Cuestión que representa, sin duda alguna, la premisa básica para emprender los propósitos que se plantean en este excelente trabajo.

Son varias las contribuciones que realiza esta obra: 1) identifica el potencial del turismo memorial en las comarcas de Gerona; 2) evidencia y refuerza la posibilidad de un nuevo producto de turismo cultural que podría contribuir a vitalizar algunos espacios de la demarcación y complementar y reorientar una oferta turística definida esencialmente por el modelo de sol y playa; 3) combina de forma ponderada investigación histórica, trabajo técnico y sustrato ético. El libro, cuyo propósito principal es reivindicar el lugar del turismo memorial en la demarcación de Girona, finalmente no ahonda en la identificación de públicos, ni tampoco presenta datos de las demandas preexistentes, una cuestión más que relevante, precisamente porque el principal producto turístico es, por encima del recurso, la experiencia del visitante y el pósito de este sobre el lugar. El turismo memorial implica nuevas formas de participación (Hertzog 2013), nuevos diálogos entre pasado y futuro, historia y memoria y ocio y conocimiento. Otra cuestión que el libro no aboga de forma contundente, y que debería de ser tomada en consideración por parte de los gestores y promotores, es la conexión práctica con la estructura memorial francesa y la emergencia del modelo transfronterizo, un tema que de hecho es y ha sido ampliamente estudiado por González Vázquez (2014, 2016, 2017, 2018). El camino pendiente es mucho, y este libro constituye, sin lugar a dudas, el primer intento sólido y necesario para la definición, promoción y gestión de un turismo memorial en las comarcas de Gerona destinada a reforzar la premisa universal del *derecho a la memoria* (Vinyes, 2009).

Bibliografia

- Arnabat Mata y Ramon, Duch Plana, Montserrat
2017. *Polítiques memorils, fronteres i turisme de memòria*. Perpinyà-Tarragona: Publicacions URV.
- Bouliou, Claude
2013. "Du tourisme des batailles au tourisme des mémoires". *Cahier Espaces*, 313: 68-71.
- Cole, Tim
1999. *Selling the Holocaust: From Auschwitz to Schindler. How history is bought, packaged and sold*. New York-London: Routledge.
- González Vázquez, David
2014. "La práctica turística como mecanismo de transmisión de valores: Cataluña y los lugares de memoria democrática". *Revista Iberoamericana de turismo - RITUR*, 4 (especial): 36-49.
2016. "La patrimonialización de la memoria histórica: entre el deber social y la estrategia turística. Apuntes sobre el caso catalán". *PASOS - Revista de Patrimonio y Turismo Cultural*, 14, (5): 1267-1280.
2017. "La valorització patrimonial dels Espais de Memòria a Catalunya: del deure social a l'estratègia turística". *Revista Valenciana d'Etnologia*, 9: 63-71.
2018. "Les rutes de l'exili del MUME: una dècada connectant espais a la Catalunya transfronterera". *EBRE 38-Revista Internacional de la Guerra Civil (1936-1939)*, 8: 279-308.
- Guixé, Jordi
2008. "El Memorial Democràtic i els llocs de la memòria: la recuperació del patrimoni memorial a Catalunya". *Entelequia*, 7: 217-228.
2009. "Espacios, memoria y territorio, un memorial en red en Cataluña". En Vinyes, Ricard (ed.) *El estado y la memoria. Gobiernos y ciudadanos frente a los traumas de la historia*, (pp. 569-604). RBA Libros: Barcelona.
2017. "Espais i models sobre la memòria històrica. Usos públics i patrimonials". En Arnabat Mata Ramon y Duch Plana, Montserrat, *Polítiques memorils, fronteres i turisme de memòria*, (pp. 25-44). Perpinyà-Tarragona: Publicacions URV.
- González Vázquez, David y Riera Miralles, Ferran
2018. *Girona terra memorial. Espais de memòria i turisme a les comarques gironines*. Girona: Patronat de Turisme Costa Brava Girona-Pirineu Girona.
- Halbwachs, Maurice
2004 [1925]. *Los marcos sociales de la memoria*. Rubí: Anthropos.
- Hertzog, Anne
2013. "Quand le tourisme de mémoire bouleverse le travail de mémoire". *Cahier Espaces*, 313: 53-61.

- Knafou, Remy
2012. "Auschwitz, lieu touristique?" *Via@, Photographies*, en línea el 16 de marzo de 2012: <http://www.viatourismreview.net/Photographie1.php>
- Lalieu, Olivier
2003. "Mémoire de la Shoah. L'action du Centre de documentation juive contemporaine (CDJC)". *Cahier Espaces*, 80: 27-31.
- Mancinelli, Fabiola y Palou Rubio, Saida
2016. Editorial – Tourism and the place of memory. *International Journal of Tourism Anthropology*, 5 (3/4): 165-171.
- Nora, Pierre
1984. *Les lieux de mémoire*. Paris: Gallimard.
- Palou Rubio, Saida
2018. "Turisme memorial". En Vinyes, Ricard (dir.) *Diccionario de la memoria colectiva* (pp.481-484). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Prats, Llorenç
1997. *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
2006. "La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias". *Revista PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 14 (58): 72-80.
- Rubio-Ardanz, Juan Antonio
2014. *Antropología y Maritimidad. Entramados y constructos patrimoniales en el Abra y ría de Bilbao*. Bilbao: Museo Marítimo Ría de Bilbao.
- Traverso, Enzo
2007. "Historia y memoria. Notas sobre un debate". Franco, M., Levin, F. (comp.) *Historia reciente. Perspectivas y desafíos para un campo de construcción*, 67-96. Buenos Aires: Paidós.
- Vinyes, Ricard (ed.)
2009. *El estado y la memoria. Gobiernos y ciudadanos frente a los traumas de la historia*. RBA Libros: Barcelona.

Recibido: 19/12/2018
Reenviado: 18/01/2019
Aceptado: 18/01/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos



Etnografía bajo un espacio turístico:

Sus procesos de configuración.

Antonio Miguel Nogués Pedregal

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº 13

Reseña de Publicaciones

Maduro, A. Valério (2019); *Requinte e Paladar: gastronomia monástica alcobacense*.
 Maia: Ed. ISMAI e CEDTUR.

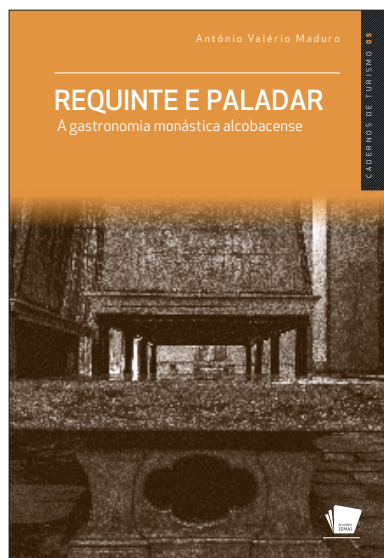
ISBN 978-989-54271-3-0

Eduardo C. Gonçalves*

Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Portugal)

Num tempo marcado pela valorização das identidades e culturas alimentares o turismo gastronómico e o enoturismo constituem uma potencialidade de negócio crescente e uma alavanca de atração de públicos cativados pela experiência relevante dos sentidos. A diferenciação alimentar que os visitantes ambicionam não se pode desligar de uma procura pela autenticidade, o que só se pode garantir com o domínio do lastro histórico e etnográfico. Abordar esta temática implica portanto partir de uma contextualização sociocultural e patrimonial dos territórios, um mergulho nas origens de uma gastronomia de referência. Esta legitimação válida não só a relação intrínseca do produto com o território, como permite sinalizar o seu carácter genuíno escapando assim aos fenómenos forçados de turistificação, conferindo, para além do mais, fiabilidade às políticas de marketing territorial.

Partindo da análise histórica e antropológica, António Valério Maduro coloca o enfoque no território alcobacense sob o signo da marca de Cister. De facto, a conceção territorial, a construção da paisagem humanizada e produtiva resultam de um projeto de longa duração que tem o Mosteiro de Alcobaça como peça e ator central. Daí o autor considerar indispensável explorar o quadro da herança cultural produzindo uma narrativa sustentada sobre o território. Este trabalho parte da alimentação do cenóbio alcobacense, explorando em articulação as mudanças operadas no agrossistema, nomeadamente com a introdução de culturas provenientes do novo mundo. O estudo contempla ainda as importações de bens alimentares que enriquecem e provocam a diversidade na mesa, rompendo com a monotonia alimentar e conduzindo à inovação culinária e gastronómica. Ao longo dos capítulos desta obra vamos sabendo “o que comiam e bebiam os monges de Alcobaça no século XVIII, que produtos provenientes do seu domínio senhorial, importados de outras regiões nacionais ou do estrangeiro chegavam à sua mesa, como eram confeccionados e apresentados...”. O fausto e o requinte da mesa monástica traduzido pelo exotismo e internacionalização, evidenciado nos produtos e receituário, é relevado na dimensão excepcional dos banquetes. O fenómeno do prototurismo



* Instituto Universitário da Maia – ISMAI; CEDTUR – Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico/ e CETRAD (Portugal); E-mail: egoncalves@ismai.pt

inaugurado com o *Grand Tour* setecentista tem no Mosteiro de Alcobaça um representante maior como bem atesta a prolífica literatura de viagens. Esta viagem ritual aristocrática facilita uma outra dimensão sóciohistórica e permite uma abordagem e reflexão não só sobre a relação entre o poder e a mesa considerada um fenómeno de aparato, prestígio, influência, como introduz o confronto de olhares sobre os alimentos e sua preparação evidenciando a recetividade do cenóbio às modas e extravagâncias alimentares relevando a abertura e adesão aos eixos da globalização.

O assunto da mesa constitui na literatura de viagem um tema recorrente a que se associam os vinhos, que hoje entram na designação de vinhos históricos animando alguns nichos de mercado da aposta e atração enoturística. De facto, destacam-se os produtos endógenos, a arte da sua preparação e a excelência do seu gosto. Já na centúria setecentista, os viajantes ilustrados procuravam não só inteirar-se sobre o património material, como o imaterial, capturando a singularidade dos territórios, das suas artes, produções e práticas. A alimentação naturalmente catalisa a atenção pelo que nos diz sobre o outro, pelo ato e ousadia da experiência e por isso multiplicam-se as páginas nesta literatura de confronto de olhares com descrições e opiniões sobre o que se come e o que se bebe, a quantidade e a qualidade, assim como a forma de apresentação e consumo do que é servido à mesa.

Outra questão suscitada no estudo consiste na transferência da culinária e gastronomia monástica e no seu contributo direto para a cultura alimentar da região. Esta vertente embora equacionada na obra é reconduzida para outro trabalho em preparação de maior afinidade com a recuperação e conservação das práticas e receituários monásticos, o que já se desenvolve nas práticas do quotidiano em particular com a doçaria e conserva. Como refere o autor, “o turismo gastronómico, experiência turística por excelência que reconstrói imaginários, tem o condão de promover a articulação da inovação com a tradição facilitando uma renovação das artes culinárias sem que tal signifique uma rutura com a matriz”. Esta distinção territorial não implica portanto um fechamento, dado que a cultura é um fenómeno de apropriação e de reutilização, de adaptação a novos contextos das heranças histórico-culturais sem que essa recriação salutar implique uma adulteração indesejada e contrária aos critérios de qualidade e de autenticidade do produto. Nesta linha de entendimento, as heranças alimentares permitem a inovação, a iniciativa e a versatilidade facilitando uma adequação e resposta à volatilidade da dinâmica social.

Recibido: 12/03/2019
Aceptado: 01/07/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos

Página Web:
www.pasosonline.org

Correo electrónico:
info@pasosonline.org

Correo postal
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife) España

