

ANO 2 NÚMERO 7

CADERNOS SESC DE CIDADANIA

Turismo Social | 2011



sescsp.org.br

SESC

Turismo social { REPORTAGEM: Dimensão cultural e educativa do turismo ganha espaço no novo milênio contra a experiência massificada de viajar { ECONOMIA: Baseada nos princípios da economia solidária, prática ajuda a valorizar e estimular culturas { INTERVENÇÃO: Os preciosos bordados da família Dumont contam histórias e promovem um resgate da cidadania { ARTIGO: Viajar ajuda a compreender o mundo, diz Carlos Brandão



**TURISMO
SOCIAL**

Foto: Nilton Silva



Dialogar com outras culturas e lugares é formar cidadania.

Unir o prazer de viajar e conhecer lugares incríveis à descoberta de uma nova forma de viver e enxergar o mundo. Com o Turismo Social do SESC, cada passeio é uma nova oportunidade para conhecer as peculiaridades de cada cidade, inclusive aquela em que se vive.

SESC
sescsp.org.br

TURISMO SOCIAL, INCLUSÃO E DESENVOLVIMENTO

Danilo Santos de Miranda
Diretor Regional - SESC São Paulo

ALIMENTAR A REFLEXÃO SOBRE INCLUSÃO, EDUCAÇÃO E CULTURA e transformá-la em ações de programação sempre fundamentadas na idéia de animação cultural é parte de nossa prática diária no SESC SP. Isso nos traz permanente atualização perante às principais discussões em voga e subsidia o aprimoramento de nossas ações.

É dessa forma que temos desenvolvido desde 1948 o Programa de Turismo Social, destacando-se por seu pioneirismo e consolidando-se atualmente como importante referência nacional e americana no tema. O Programa sublinha a qualidade e o conteúdo dos deslocamentos, tendo como aspectos a inclusão e a fruição da cultura, a solidariedade e a valorização da diversidade, propiciando a aventura do encontro com o outro e a transformação.

Para nós, a viagem impacta corpo e alma do viajante, este sujeito que, no retorno, pode ser outro, ver-se transformado pela oportunidade de estabelecer um caminho por dentro de si, deslocando-se na experiência de emoções e sensações diversas, e desvendando mistérios – de si próprio e do mundo. Essa é uma via possível e desejável para se falar em desenvolvimento social e humano, ao estabelecermos um caminho por dentro de nós mesmos, ao desvendarmos mistérios e ao seguirmos em direção a uma sociedade melhor.

Para refletir sobre o Turismo Social e avançar no princípio das ações inclusivas, o SESC e a Organização Internacional

de Turismo Social - OITS, por meio de sua Secretaria para as Américas, realizaram, entre 24 e 27 de agosto de 2011, no SESC Consolação, o Encontro das Américas de Turismo Social, sob o tema “Turismo e inclusão: por uma visão humanista e social do turismo nas Américas”. Com o evento, buscamos reunir alguns dos principais pensadores sobre turismo social, a partir da compreensão de seu contexto internacional e principalmente americano; levantamos como eixos transversais da reflexão as idéias de inclusão e educação, a partir de suas vertentes conceituais e sua aplicabilidade em políticas públicas e, principalmente, em iniciativas autônomas, apresentando as novas formas que comunidades vem propondo para se pensar e se fazer turismo nas Américas.

O SESC sente-se muito honrado em possibilitar que o Brasil receba pela primeira vez esse evento, com discussões essenciais para o direcionamento das políticas de turismo e inclusão no Brasil. Honrado também por consolidar nossa parceria com a OITS, do qual fomos a primeira instituição latinoamericana a se filiar, no início da década de 1980, e junto à qual temos tido ativa participação.

Neste Caderno de Cidadania, reunimos reportagens que apresentam alguns dos principais temas discutidos no evento, buscando difundir pensamentos e informações e assim reforçarmos a ação e a missão educativa do SESC. ■

índice }

p.5 *artigo SESC*

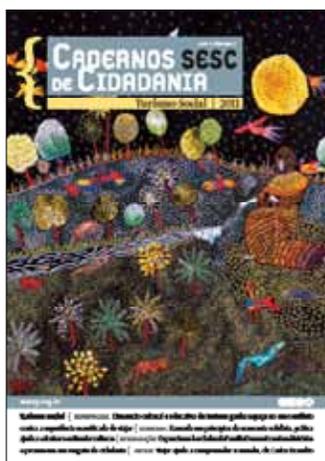
Brasil acolhe pela primeira vez o Encontro das Américas de Turismo Social, realizado no SESC Consolação

p.8
reportagem especial
Turismo social aposta na dimensão solidária e educativa da prática

p.22
desenvolvimento
Fluxo racional de turistas beneficia e fortalece as diferentes culturas

p.28
entrevista
Sergio Rodríguez Abitia diz que o turismo deve servir as comunidades, e não o contrário

p.32
artigo
Carlos Rodrigues Brandão reflete sobre motivações e comportamentos de turistas



CAPA Detalhe de "Nascente do Rio São Francisco", bordado do coletivo Matizes Dumont. **p.18**



Francisco Samuel Diniz/Fundação Casa Grande

Francisco Samuel Diniz/Fundação Casa Grande



Ilustração Fernanda Simionato

Expediente

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO
Administração Regional no
Estado de São Paulo

PRESIDENTE DO CONSELHO REGIONAL
Abram Szajman

DIRETOR DO DEPARTAMENTO REGIONAL
Danilo Santos de Miranda

SUPERINTENDENTES
COMUNICAÇÃO SOCIAL: Ivan Paulo
Giannini TÉCNICO-SOCIAL: Joel
Naimayer Padula ADMINISTRAÇÃO:
Luiz Deoclécio Massaro
Galina ASSESSORIA TÉCNICA E
DE PLANEJAMENTO: Sérgio José
Battistelli

Cadernos SESC de Cidadania **Turismo Social**

GERÊNCIA DE ARTES GRÁFICAS:
Hélcio Magalhães ADJUNTA: Karina
Musumeci ASSISTENTES: Ana Paula
Fraay e Rogério Ianelli GERÊNCIA
DE PROGRAMAS SOCIOEDUCATIVOS:
Maria Alice Oieno de Oliveira
Nassif ADJUNTO: Flávia Roberta
Costa ASSISTENTES: Denise Miréle
Kieling, Leila Yuri Ichikawa e Silvia
Eri Hirao GERÊNCIA DE RELAÇÕES
COM O PÚBLICO: Paulo Ricardo
Martin ADJUNTO: Carlos Rodolpho
T. Cabral ASSISTENTE: Malú
Maia GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO
ADMINISTRATIVA: Antonio Carlos
Cardoso Sobrinho ADJUNTO: Elvira
de Fátima P. Troiano

EDITOR: Renato Essenfelder
PROJETO GRÁFICO E DIREÇÃO DE
ARTE: Marcio Freitas REPORTAGEM:
Gabriel Vituri (capa), Flavia
Galembeck TRATAMENTO DE IMAGEM:
Gilmara Ruas

A Revista Cadernos SESC de
Cidadania é uma publicação do
SESC São Paulo.
Distribuição gratuita. Nenhuma
pessoa está autorizada a vender
anúncios.

Versão on line em sescsp.org.br

Gerência de Artes Gráficas
geatg@sescsp.org.br
Telefone 11 2607-8255

SESC
sescsp.org.br

“Desde criança fui possuído pelo demônio das viagens. Essa encantada curiosidade de conhecer terras alheias e povos visitou-me repetidamente a mocidade e a idade madura. (...) Na minha opinião, existem duas categorias principais de viajantes: os que viajam para fugir e os que viajam para buscar. Considero-me membro desse último grupo”.

(Erico Veríssimo, in *Solo de Clarineta*)

O ENCONTRO DAS AMÉRICAS DE TURISMO SOCIAL

texto da Gerência de Programas Socioeducativos do SESC SP

“TURISMO E INCLUSÃO: POR UMA VISÃO HUMANISTA E SOCIAL DO TURISMO nas Américas”. Sob esse título, estudantes, pesquisadores, professores e profissionais do turismo reuniram-se no SESC Conso-
lação, de 24 e 27 de agosto de 2011, para um momento marcante na história do turismo social nas Américas.

Pela primeira vez o Brasil acolheu esse evento, realizado bianualmente por instituições locais em parceria com a Secretaria para as Américas da Organização Internacional de Turismo Social.

A escolha do Brasil e do SESC no Estado de São Paulo para a realização do Encontro enaltece o trabalho desenvolvido desde 1948 pelo Programa de Turismo Social do SESC SP e os múltiplos projetos que vem surgindo e sendo discutidos e experimentados por todo o Brasil.

Exalta também a longa parceria entre SESC e a Organização Internacional de Turismo Social (OITS), associação sem fins lucrativos e membro da Organização Mundial do Turismo. A organização tem como missão promover o turismo solidário e sustentável, que aporte benefícios às populações locais e respeite os patrimônios natural e cultural.

Objetiva promover e facilitar os meios para acesso ao tempo livre, às férias e ao turismo, com especial atenção à população de nível econômico modesto ou com outras restrições de acesso (jovens, idosos, pessoas com deficiência física ou mental). Integram a rede de membros da OITS aproximadamente 170 associações, cooperativas, empresas públicas e privadas e sindicatos, com representação em 35 países. O SESC SP foi a primeira instituição brasileira a associar-se à OITS, na década de 1980, e desde então acompanha de perto seu trabalho e discussões. Em 2006, recebeu da OITS o Prêmio Jean Faucher, por sua excepcional contribuição ao desenvolvimento do turismo social no Brasil e para valorizar o exemplar engajamento da instituição no seio da OITS.

Essa proximidade alimenta com permanência as reflexões de seu Programa de Turismo Social, cujas diretrizes de ação orientam-se pelos conceitos estabelecidos por declarações conduzidas pela OITS e resultantes desses encontros, mantendo-se atualizado às principais discussões do panorama nacional e internacional do turismo.

A Gerência de Programas Socioeducativos do

SESC SP responde pelas áreas de Diversidade Cultural, Educação Infantil-juvenil, Educação para a Sustentabilidade e Turismo Social.



O sistema de turismo deve ser inclusivo para todos seus atores, e a ação educativa é imprescindível para a inclusão, ao formar e transformar consciências, estimular o posicionamento do indivíduo na sociedade e fomentar o conhecimento da diversidade



A proposta do evento visou uma reflexão sobre a importância do turismo como instrumento de inclusão social, cultural e econômica no continente americano: um turismo baseado na solidariedade, na valorização das diversidades, na democracia e na sustentabilidade. Para isso, a programação contou com conferências, mesas de debates, intervenções artísticas e passeios e excursões, complementando de maneira rica e vivencial as reflexões conceituais.

Por uma visão humanista e social do turismo nas Américas

O Encontro das Américas de Turismo Social colocou em pauta dois dos conceitos mais caros ao turismo social: inclusão e educação. Vistas sob a perspectiva de um processo único, materializam-se em possibilidades de gozo de direitos e exercício de cidadania, sob a idéia central de que o sistema de turismo deve ser inclusivo para todos seus atores e de que a ação educativa é imprescindível para a inclusão, ao formar e transformar consciências, estimular o posicionamento do indivíduo na sociedade e fomentar o conhecimento da diversidade.

Significa considerar a democratização do turismo acessível a grupos com restrição financeira, mas também a grupos que, por falta de hábito ou conhecimento, não participam desse fenômeno; que promova o desenvolvimento local, por meio da dinamização econômica, incluindo os moradores nesse processo e em seus benefícios; que valorize o patrimônio natural e cultural, compartilhando-o como bem, integrando-o ao universo cultural dos visitantes e contribuindo para sua conservação, reforçando e valorizando identidades; que, por fim, estimule a criticidade de visitantes e visitados, em um processo de consciência política que extrapola os momentos da viagem, incorporando-se à vivência diária de nossos papéis de cidadãos.

Dessa forma, o turismo social apresenta-se como proposta de revisão de parâmetros que orientam uma prática comercial consolidada no país, frequentemente geradora de desigualdades e

espoliadora de riquezas locais, passando a valorizar o aspecto humanizador da prática turística.

No SESC, a ação do Programa de Turismo Social sempre acompanhou as diretrizes da instituição, que ao longo de sua história migrou de uma perspectiva assistencialista, que considerava o trabalhador como alguém a ser ajudado, para uma perspectiva socioeducativa, na qual vemos o outro como igual, como alguém que é detentor de direitos e capacidades e que, portanto, é objeto e sujeito da sua transformação. Trata-se de um vasto processo educativo em andamento, fundamentado na informalidade, na livre escolha e na valorização da criatividade.

Temos encontrado inúmeras iniciativas que fortalecem uma nova forma de fazer turismo e a descoberta de que nossas ações não estão isoladas no universo das viagens. Os realizadores deste movimento levam adolescentes de bairros periféricos de grandes metrópoles para ver o mar. Organizam viagens onde pessoas com deficiências participam de esportes radicais. São acolhidos em comunidades tradicionais de quilombolas, indígenas, agricultores orgânicos e extrativistas deixando, para estas comunidades recursos financeiros e orgulho de sua identidade. São recebidos por artesãos, poetas, historiadores, sociólogos, paleontólogos, que compartilham seus saberes com os turistas. Hospedam o operário, o empresário, a criança, o jovem e o idoso, juntos. Propiciam a educação intergeracional. Trabalham na contramão do preconceito de gênero, de etnia e de orientação sexual. Estimulam o viajante a pensar, a refletir, a emocionar-se, a educar-se, dando mostras de que são o empreendedorismo e a criatividade nacionais que vem construindo uma nova maneira de fazer turismo no Brasil, que poderá possibilitar ao brasileiro vivenciar aquilo que nos ensina o escritor Guimarães Rosa: Conheci. Enchi a minha história.

Incorporando esses conceitos, e dialogando permanentemente com essas iniciativas, o Programa de Turismo Social do SESC no Estado de São Paulo

adotou uma proposta cujas ações são balizadas por cinco princípios orientadores, complementares e interdependentes:

A democratização do acesso ao turismo expressa nossa preocupação em viver o turismo como uma ferramenta de inclusão social, por meio de uma proposta que respeite as diferenças, incorpore a igualdade de oportunidades e estimule uma nova ética no processo de consumo, oferta, produção e distribuição dos benefícios da atividade. Por outro lado, buscamos aqui abrir possibilidades de parcerias com grupos que não têm oportunidade de participar, direta ou indiretamente, dos benefícios sociais e econômicos da atividade turística (quilombolas, indígenas, pescadores artesanais, pequenos agricultores etc.) e com micros e pequenos empreendedores, alinhando o turismo social ao turismo de base local, priorizando dentre os possíveis destinos aqueles onde a inclusão destes segmentos é possível.

O protagonismo dos participantes destaca como valores importantes a busca da pró-atividade dos viajantes, a interdependência e a solidariedade, o que encerra um significado mais amplo, do ponto de vista educativo, que o mero exercício das relações interpessoais informais. Essas dimensões se articulam quando o viajante e o Outro (população visitada, guia de turismo, palestrante, outros viajantes etc.) se encontram e estabelecem uma relação entre iguais, na construção do processo educativo pela viagem.

A educação pelo turismo, onde as vivências são entendidas como momentos de desenvolvimento de conteúdos e aquisição de conhecimentos, um processo contínuo no qual os participantes das atividades interpretam a si mesmos e ao mundo ao seu redor enquanto adquirem informações por meio dos sentidos, de observações ou do que outras pessoas os informam sobre os locais e populações visitados ou sobre os temas abordados, por meio de atividades interpretativas, tais como visitas orientadas, bate-papos, oficinas, vivências etc.

A educação para o turismo indica que o turismo social atua como agente

formador de público potencial do mercado turístico. Seu dever é elevar a consciência, informar e inculcar respeito ao ambiente e às comunidades locais¹, conduzindo toda e qualquer proposta de vivência turística a um processo de formação de um indivíduo que saiba apreciar a viagem de forma responsável e que deseje, cada vez mais, consumir criticamente um produto turístico com significativo conteúdo e excelente qualidade operacional.

A operacionalização ética e sustentável, princípio pautando na prática efetiva de suas ações, busca o aprimorando contínuo de um novo modelo operacional de suas ações², ao agregar à primordial preocupação com o desenvolvimento de conteúdos consistentes e criativos e a excelência da qualidade operacional, cuidados especiais pautados na salvaguarda aos recursos naturais das regiões visitadas, no respeito às comunidades locais e às suas tradições materiais e imateriais, na proteção integral dos viajantes e de seus bens, na disponibilização de informação segura e acurada sobre os destinos e sobre a atividade em si, na participação equânime de todos os agentes envolvidos no desenvolvimento operacional da atividade, dentre outros pontos de atenção.

Neste Caderno, o leitor poderá conhecer mais a fundo esses conceitos que direcionam a ação do Programa de Turismo Social do SESC e que convergem com tantas outras experiências no Brasil e em países americanos. Convidamos todos a ler, pesquisar e vivenciar essas experiências que nos levam a ver nós mesmos como turistas aprendizes, compreendendo as dinâmicas que nos cercam, exercendo nossa capacidade crítica e criativa, posicionando-nos no mundo e nas viagens de forma consciente e autônoma. ■

1 BITS. Declaração de Montreal. Artigo 10. 1996.

2 Conteúdo inspirado em: BITS. Declaração de Montreal. Bruxelas: BITS, 1996; IRVING, Marta de Azevedo e AZEVEDO, Julia. Turismo: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002; OMT. Agenda 21 for the travel and tourism industry: towards environmentally sustainable development. Madrid: OMT 1994; OMT. Código de Ética Mundial do Turismo. Madrid: OMT, 1999.



A educação para o turismo indica que o turismo social atua como agente formador de público potencial do mercado turístico. Seu dever é elevar a consciência, informar e inculcar respeito ao ambiente e às comunidades locais



reportagem especial

Contra a hegemonia do turismo massificado e impessoal, o turismo social aposta na dimensão solidária e educativa da prática

ENCONTRO DE CULTURAS

Ensaio na quadra da escola de samba Vai-Vai, em São Paulo



Pouco depois do término da Segunda Guerra Mundial, em 1948, duas ações bem distintas tentaram – cada uma à sua maneira – aproximar a população do lazer, da diversão e do bem-estar social. A primeira, de caráter global, foi feita pela Organização das Nações Unidas (ONU), e previa que toda pessoa tivesse “direito ao repouso e ao lazer, inclusive à limitação razoável das horas de trabalho e a férias periódicas remuneradas”, conforme consta no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, proclamada naquele ano. A segunda, brasileira, era a inauguração de uma nova unidade do SESC, em Bertioga, no litoral paulista, uma estrutura montada para garantir a diversão de funcionários do comércio e de seus familiares durante as férias, priorizando os espaços coletivos.

Ambas, embora sem relação direta entre si, tinham o mesmo propósito: a conscientização de que as férias e o turismo são direitos de todos os cidadãos. Mais de meio século depois, outras declarações e instituições surgiram, o intercâmbio entre diferentes povos tem aumentado a cada dia e as pessoas, em geral, entendem melhor o papel das viagens de caráter social como ferramenta de educação e formação cultural.

Nas décadas de 50 e 60, o turismo comercial tal como se conhece era ainda mais restritivo do que atualmente, possível apenas para aqueles que tinham condições socioeconômicas muito favoráveis. As leis trabalhistas não eram bem fiscalizadas, as dificuldades e impedimentos de locomoção eram maiores e as famílias eram mais numerosas.

Ativistas do ramo turístico, então, dispostos a fazer valer o direito ao lazer para todos, se organizaram para estender o privilégio das viagens a outras classes da sociedade, dando prioridade a jovens, famílias, idosos



Festa de Nossa Senhora Achirópita, no Bixiga, região central de São Paulo; em sua 85ª edição, evento atraiu mais de 250 mil visitantes durante todo o mês de agosto

e pessoas com deficiência. Em 1963, com o propósito de representar esses setores interessados no turismo social, foi criada a Organização Internacional de Turismo Social (OITS).

Presente em 35 países, com cerca de 170 membros associados, a OITS (até o ano passado chamada de BITS, Bureau Internacional de Turismo Social) é mantida por instituições públicas e privadas. Nas suas mais de cinco décadas de existência, já viu o termo se transformar incontáveis vezes. Para Jean-Marc Mignon, presidente da entidade, a definição é complicada e dinâmica. Em suma, diz, “Turismo Social é cuidar da sociedade à medida em que se tenta abrandar as desigualdades”.

Uma das funções da Organização é disseminar – por meio de conferências, encontros e intercâmbios – os conceitos e os estudos sobre a prática, ainda desconhecida de muitos. A maior luta de seus membros é propiciar ambientes turísticos em que as



experiências culturais e humanas sejam compartilhadas, sem que as comunidades anfitriãs sejam descaracterizadas ou se tornem dependentes dos seus visitantes. Fazem parte da OITS governos locais e federais, ONGs, agências de viagem, instituições de educação e quaisquer outras entidades que promovam – ou queiram promover – o turismo social em sua região.

Foi para discutir as novas perspectivas da prática que o SESC-SP, em parceria com a OITS, organizou o Encontro das Américas de Turismo Social, realizado na capital paulista entre os dias 24 e 27 de agosto. Junto com iniciativas como a Hostelling International – a rede mundial de hospedagem em albergues e quartos coletivos – e outras ações localizadas em comunidades menores, o SESC é um dos poucos representantes do turismo social no Brasil, que, por enquanto, não conta com políticas públicas ou subsídios do Estado



Se for encarado como um fenômeno fundamentalmente social, o turismo tem chances de melhorar não só a estrutura já existente, mas também de desenvolver novas ferramentas para promover a interação entre viajantes e as populações que os recebem



específicos para a prática. O diretor regional da instituição em São Paulo, Danilo Santos de Miranda, destaca a importância de o turismo “não ser mais visto e oferecido como atividade complementar, e sim como algo principal, que utilize a infraestrutura distribuída em todo o país”.

Se for encarado como um fenômeno fundamentalmente social, o turismo tem chances de melhorar não só a estrutura já existente, mas também de desenvolver novas ferramentas para promover a interação entre viajantes e as populações que os recebem. Economicamente, a proposta é viável: quando há aumento de subsídios, públicos ou privados, os operadores turísticos são mais bem capacitados e conseguem aproveitar o potencial do local onde vivem, com empregos permanentes, como sujeitos do processo de intercâmbio cultural, e não só receptores ou anfitriões a serviço de uma distante indústria do turismo.

Preconceito

Por ter surgido para beneficiar cidadãos cujos recursos destinados ao lazer eram escassos ou inexistentes, o preconceito com a prática ainda existe: “social” é para “pobre”, e o “pobre” terá inevitavelmente uma estrutura precária – associação que atualmente tornou-se sem sentido. “Viajar com turismo social não quer dizer que a pessoa esteja em um local com menor qualidade. Ter uma hospedagem qualificada, por exemplo é fundamental”, explica Flávia Costa, representante do SESC SP na OITS Américas.

Garantir a qualidade e a democratização do turismo é uma preocupação da OITS desde o seu surgimento, no entanto, dois episódios merecem destaque dentre as ações permanentes e contínuas da entidade. Em 1972, durante um dos encontros mundiais da organização, que acontecem a cada dois anos, foi aprovada a Carta de Viena, ratificando a ideia de que a atividade turística é parte da sociedade e que, por isso, deve ser colocada à disposição de todas as classes. Mais de vinte anos depois, em 1996, outro divisor de águas: a Declaração de Montreal, também redigida pela OITS, passou por uma reformulação em 2006 e foi adotada como documento de referência para debater o tema, pois ressalta a importância do intercâmbio entre os povos, não priorizando visitantes ou visitados, mas integrando-os.

Entre um e outro, vale também destacar a Declaração de Manila, proclamada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), das Nações Unidas, em 1980. No encontro, realizado nas Filipinas, reforçou-se a noção de que a prática turística é indispensável aos países, colocando o turismo como ferramenta educacional de uma nação.

Estrutura

A indústria do ramo, porém, ainda é despreparada para lidar com os diferentes públicos que querem viajar; as instalações, em teoria, deveriam garantir comodidade, segurança e

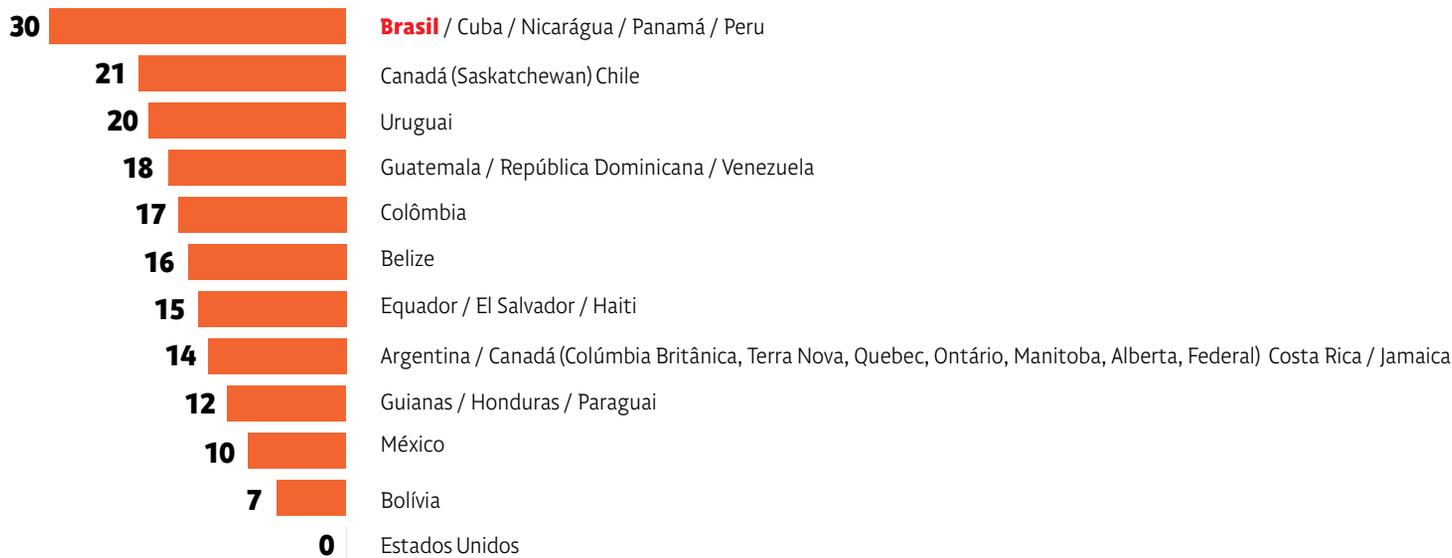
Flavita Valsani



O edifício Copan, considerado o maior prédio residencial da América Latina e um ícone paulistano

TEMPO DE DESCANSAR

Levantamento da OITS Américas mostra que a legislação que garante férias remuneradas pode variar bastante entre os países americanos. O Brasil tem a melhor marca, com 30 dias previstos, enquanto a Bolívia tem apenas sete, e os Estados Unidos nem sequer têm a garantia do benefício em lei



independência aos visitantes. Estima-se que 10% dos viajantes sejam idosos, que preferem períodos de baixa temporada, custos menores e ritmo tranquilo, com mobilidade e descanso garantidos. Outros 10% compreendem o grupo das pessoas com deficiência, entre eles obesos, grávidas, analfabetos, cadeirantes e deficientes que buscam acesso aos mesmos serviços que qualquer outro turista. “Todo mundo tem alguma dificuldade, em alguns ela é aparente, em outros, não”, afirma Dadá Moreira, que fundou a ONG Aventura Especial após descobrir que tinha uma doença degenerativa. A organização fica na cidade de Socorro, no interior de São Paulo, e promove esportes de aventura e ecoturismo acessíveis a todos.

Atualmente, a prática do turismo social está muito mais expandida do que os conceitos especializados conseguem abranger. Ainda que a principal meta seja facilitar o acesso a viagens

para pessoas com menos recursos, viajar com o propósito de interagir com novas culturas é para todos, independentemente de condições socioeconômicas. Com o aumento da população urbana e do estresse associado a um estilo de vida acelerado, a demanda por férias – uma necessária pausa da correria cotidiana – cresceu, e famílias cada vez menores, estagnadas pelas baixas taxas de natalidade, conseguem viajar com mais frequência.

De todos os países do continente americano, o Brasil é o mais generoso com os trabalhadores quando o assunto é férias. Uma pesquisa realizada pela OITS Américas mapeou, com base em Constituições, códigos de trabalho, entrevistas e no calendário de feriados, quais benefícios são previstos na legislação trabalhista de cada país.

Por ano, a Constituição brasileira garante 30 dias livres aos empregados registrados no regime da Consolidação

das Leis do Trabalho (CLT), sancionada pelo presidente Getúlio Vargas em 1943. Além disso, também é garantida aos funcionários a remuneração extra, conhecida como o 13º salário. Bolívia e México, por sua vez, têm sete e dez dias livres, respectivamente (veja a tabela ao lado). Já nos Estados Unidos não há uma lei que obrigue o empregador a dar folgas remuneradas.

Ter férias garantidas, todavia, não significa aproveitá-las em visitas turísticas. À falta de condição financeira, o maior impedimento para as viagens de lazer, somam-se ainda razões profissionais (férias vendidas ou não tiradas, por exemplo), problemas de saúde ou de mobilidade. Questionada se um país como o Brasil, de proporções continentais, habitado por um povo conhecido por sua hospitalidade, não teria mais probabilidades de contar com um turismo social bem-sucedido, Verónica Gómez Aguirre, diretora da OITS Américas, é taxativa: “Não importa se



O Memorial da América Latina, projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer e inaugurado em 1989 na Barra Funda (zona oeste de São Paulo)

há muitos ou poucos destinos. A prática está condicionada à vontade dos governos e da sociedade, que deve reivindicar seu direito ao lazer, às atividades turísticas”.

Pelo mundo

Criada em 1994, a secretaria da OITS para as Américas enfrenta um desafio a mais: aproximar-se de um norte-americano ou de um canadense é totalmente diferente de se relacionar com um brasileiro, um mexicano ou qualquer outro latino-americano. “Essas diferenças dentro do mesmo continente são uma realidade com que devemos trabalhar todos os dias”, conta Verónica Gómez Aguirre.

Os contrastes entre norte e sul e a cultura heterogênea mesmo entre países vizinhos é refletida principalmente nas questões econômicas.

Enquanto os países anglo-saxões – Estados Unidos e parte do Canadá – têm uma população com maior poder aquisitivo e, por isso, mais recursos para desfrutar de atividades turísticas, a América Latina sofre com a predominância de salários baixos, além de estruturas mais precárias. Mesmo assim, a diretora da OITS afirma que o turismo baseado na solidariedade entre os povos acaba tendo mais espaço entre os latinos do que na região norte do continente, por uma questão cultural e afetiva.

No Chile, parte significativa da ajuda para o turismo vem do governo. “Política é um conjunto de objetivos para enfrentar determinado problema, e requer financiamento”, defende Francisca Retamal Wiedmaier, diretora da Unidade de Turismo Social do Chile, que desenvolve programas

turísticos para a terceira idade, jovens e mulheres, bancados com licitações e subsídios. Segundo dados do Serviço Nacional de Turismo do Chile (Sernatur), aproximadamente 95% dos beneficiados dizem estar satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados – neste ano, quase 60 mil pessoas usufruíram de alguma iniciativa subsidiada para o turismo social chileno.

Jacques Perreault, presidente da secretaria para as Américas da OITS, destaca a dificuldade que o turismo social ainda enfrenta nas regiões de colonização inglesa. Apesar de a OITS manter boas relações com diversas associações, ele ressalta que, nesses países, “o turismo é uma indústria, e por isso deve trazer dinheiro. Não é algo a que todo mundo deva ter acesso”.

Além de estar nas Américas e na

170 instituições de 35 países integram

a OITS (Organização Internacional de Turismo Social), que visa disseminar os conceitos e estudos sobre a prática, ainda desconhecida de muitos, no mundo.

Fotos Flavita Valsani



Vista do bairro da Liberdade, na região central de São Paulo, repleto de influências da cultura japonesa

Europa, onde é melhor articulada e tem maior número de membros afiliados, a OITS também está em outros dois continentes. Criada em 2004, a secretaria para a África caminha lentamente rumo à conscientização sobre o turismo. “Nós temos boas organizações, mas o que eles podem fazer ainda é muito pouco, sobretudo por questões políticas e problemas sociais”, explica Jean-Marc Mignon, presidente-geral da entidade.

Os sete países-membros africanos, diz ele, ainda têm outras prioridades, como estimular atividades locais. No oriente, por outro lado, o turismo não é irrisório – longe disso. Mas a OITS, “por razões culturais”, afirma Mignon, quase não atua no continente asiático. “Temos alguns poucos contatos, na Índia e na Malásia, por exemplo, mas o conceito é mais forte entre os latinos

e europeus”, completa Mignon.

Paradigmas

Ainda que mudanças de ordem prática – como políticas públicas e subsídios privados – estejam entre os objetivos buscados pelos defensores da democratização das atividades turísticas, a discussão sobre o tema deve ser mais ampla. “Para que o turismo mude, é preciso mudar os paradigmas da sociedade, que não supre as necessidades básicas de uma parcela da população”, defende Luzia Neide Coriolano, doutora em geografia pela Universidade Federal de Sergipe e professora da Universidade Estadual do Ceará.

Segundo ela, a ideia de que a felicidade será atingida de forma individual, consumista e patrimonialista – “você é o que você tem” – aumenta o sentimento de exclusão, pondera.

Associar o turismo social à inclusão, então, deveria ser um processo natural, já que a sociedade moderna é em sua essência excludente. A segregação geográfica observada no Brasil, por exemplo, que concentra a movimentação financeira e boa parte da produção industrial na região Sudeste, contribui para acentuar as diferenças. “O processo que gera riqueza em determinado lugar é o mesmo que vai deixar na pobreza quem está fora daquele ciclo. Um trabalhador que sai da favela é um excluído, mas vai para a fábrica trabalhar e produzir riqueza para um pequeno grupo”, acrescenta a professora do Ceará.

Tomado como padrão, o modelo ocidental de organização econômica, que prioriza megaempresas e oligopólios, também é seguido à risca no setor turístico, deixando pequenos

Fotos Flavita Valsani



empreendimentos reféns desse modo de produção. Os programas de fidelidade a grandes corporações, entre elas redes hoteleiras, cartões de créditos e companhias aéreas, mantém uma relação de interdependência entre si e desencorajam os clientes a experimentar novos destinos e diferentes formas de viajar. Além disso, o discurso de responsabilidade social foi adotado com tamanha ênfase por essas organizações que o próprio conceito passou a ser questionado.

Algumas empresas turísticas, por exemplo, conseguem incluir as pessoas a partir do momento em que permitem que os pacotes de viagem sejam parcelados em inúmeras vezes, mas não têm preocupações de cunho social, tanto com os visitantes quanto com os anfitriões. “Não basta se deslocar de um lugar ao outro para cumprir a função proposta pelo turismo



Associar o turismo social à inclusão, então, deveria ser um processo natural, já que a sociedade moderna é em sua essência excludente



social”, ressalta Flávia Costa, do SESC-SP. Muitas vezes, o que soa como desenvolvimento para uma comunidade local (como nos casos em que é investido um grande capital para a instalação de complexos turísticos comerciais) não passa de uma troca desigual, que beira a exploração dos recursos ali existentes.

Para Luzia Neide Coriolano, dentre as opções possíveis para fomentar o desenvolvimento de um turismo sustentável, a opção mais plausível atualmente seria a de políticas alternativas, como a criação de Arranjos Produtivos Locais, que aproveitam habilidades e produtos culturais da região, criando empregos permanentes nas comunidades. “As políticas públicas são complicadas, porque o Estado se alia muito fácil aos grandes empresários. Água, luz, estrada e combate a mosquito não é ação de turismo”,

Na página ao lado, a variedade de cores e sabores no Mercado Municipal de São Paulo; abaixo, o eclético cardápio da cidade evidencia a multiculturalidade paulistana



relativiza. A especialista defende a tese de que estamos chegando à terceira globalização; na primeira, integraram-se os países; na segunda, as corporações. Agora, o tempo é de integrar as pessoas, em ações conjuntas calcadas na coletividade.

Crise econômica

“Sempre que houver uma crise financeira generalizada, o turismo social terá aí uma oportunidade”, ressalta Sergio Rodríguez Abitia, consultor na área e presidente da OITS Américas entre 2002 e 2005. Ele defende a ideia de que a recessão econômica que assolou o mundo em 2008 e que volta a dar sinais de que pode causar mais prejuízos nos próximos tempos enfraquece o turismo convencional, criando, conseqüentemente, um cenário propício para o turismo social, cujos custos são mais baixos e

atraentes para um momento de estagnação (leia entrevista exclusiva com Sergio Rodríguez Abitia na pág. 28).

Para tanto, organizações de fomento ao turismo trabalham para se integrarem. “Nós temos boas e fortes relações com a Organização Mundial do Turismo, não apenas politicamente, mas também no âmbito do trabalho”, conta Jean-Marc Mignon, da OITS.

A demanda, agradecem os ativistas do turismo social, aumentou, e a prática ganha espaço em organizações públicas e privadas. O que se busca, daqui para a frente, são financiamentos e parcerias com associações dispostas a promover turismo social de qualidade. “Nós, que trabalhamos com turismo social, o fazemos com coração. É questão de se organizar, planejar e conseguir que o maior número de pessoas tenham acesso ao lazer”, resume Verónica Gómez Aguirre. ■

“TURISMO E INCLUSÃO” É TEMA DE DEBATE EM SÃO PAULO

Entre os dias 24 e 27 de agosto, a unidade do SESC Consolação, em São Paulo, sediou o Encontro das Américas de Turismo Social, realizado com o propósito de debater o tema turismo e inclusão no continente. O evento foi promovido pelo SESC em parceria com a Organização Internacional de Turismo Social (OITS) e contou com a participação de membros da entidade, entre eles o presidente e a diretora da OITS Américas – Jacques Perreault e Verónica Gómez Aguirre – e o presidente geral da instituição, Jean-Marc Mignon.

Mesas de debate e conferências de especialistas discutiram sobre a importância de uma visão humanista das atividades de lazer, com os privilégios do turismo e o intercâmbio de experiências socioculturais estendidos a todas as classes. Participaram do seminário especialistas como o consultor mexicano Sergio Rodríguez Abitia, Luzia Neide Coriolano, professora da Universidade Estadual do Ceará e Dadá Moreira, fundador da ONG Aventura Especial, entre outros. Além das palestras apresentadas, o SESC organizou viagens e visitas socioeducativas que abrangeram desde regiões da capital paulista até outros Estados, como Rio de Janeiro, Paraná e Amazonas. ■

intervenção

Nascente do Rio São Francisco

2007, bordado, ilustração do livro ABC do Rio São Francisco, de Sávía Dumont.

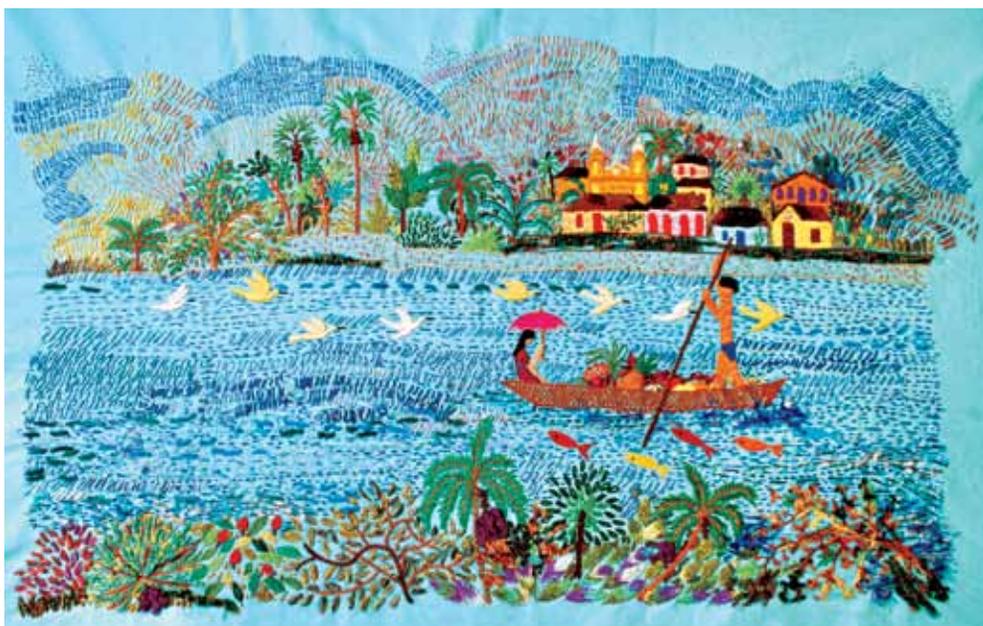
Matizes Dumont

é um coletivo formado por seis artistas mineiros e já atravessa três gerações da mesma família.

“O bordado é um grande instrumento de sensibilização da alma humana. Puxa as emoções e os sentimentos mais internos e mobiliza discussões sobre temas como território, preservação ambiental, educação, saúde e tantos outros. Além, é claro, do resgate da cultura do fazer com as mãos o registro daquilo que acreditamos ser passível de transformação.”

Sávía Dumont





“Vida Barranqueira”, ilustração do livro ABC do Rio São Francisco

Fio de cidadania

Ponto a ponto, linha por linha, os bordados de três gerações de uma mesma família da pequena cidade de Pirapora (MG) vêm tecendo um importante quadro de ação social no Brasil. Hoje, o trabalho do projeto Matizes Dumont é reconhecido e premiado mundo afora, tendo integrado exposições em todo o Brasil e em capitais

como Paris, Roma e Nova York. Suas peças mostram poeticamente cenas cotidianas e propõem uma interpretação visual de obras literárias de autores como Jorge Amado, Ziraldo, Manoel de Barros e Rubem Alves.

Mas muito além dos panos que lhes servem de tela para a expressão artística, o trabalho do projeto Matizes Dumont mostra sua vitalidade em oficinas e encontros itinerantes em que o bordado vira canal de expressão para a cidadania. Dezenas de milhares de pessoas já participaram de projetos como o Caminho das Águas: Projeto de Mobilização Social no Vale do Rio São Francisco, que realizou 42 oficinas de

Pirapora até Piaçabussu (AL) em uma barca através do rio. As atividades – contação de histórias, dança folclórica, recomposição de mata ciliar, literatura, bordados, agricultura familiar – tiveram como foco áreas de educação, saúde, cultura e preservação ambiental. Segundo Sália Dumont, educadora, ambientalista e escritora, cerca de 35 mil pessoas foram beneficiadas pelo projeto itinerante.

“Aprendemos a bordar com uma mãe bordadeira clássica, que fazia suas artes entre os afazeres domésticos, seguindo modelos de panos de amostra, com pontos já definidos, como tantas bordadeiras. Com ela aprendemos a



No alto, “Orixás das Águas”, que foi capa do CD “Pirata”, de Maria Bethânia; acima, “Árvore Genealógica dos Meninos e Meninas Dumont”, e, ao lado, “Navegando pelo Rio”



descobrir as luzes, os movimentos, as formas, as cores e matizes da natureza, o que nos permitiu ter um outro olhar sobre a arte de bordar e conferir atualidade à arte milenar praticada anonimamente pelas mulheres em sua vida diária”, escrevem as irmãs Sávia, Ângela Marilu e Martha.

O trabalho da família começa pelas mãos do irmão, único homem do grupo, Demóstenes Dumont, artista plástico que concebe os primeiros traços que serão transformados em bordados. Em seguida, passa às mãos das irmãs bordadeiras, que partem do esboço inicial para trabalhar suas obras – em cujo processo surgirão novos sentidos conforme as cores, fios e tecidos selecionados. “A bordadeira não preenche apenas os desenhos: ela os recria num rico momento de improvisação e espontaneidade”, dizem as irmãs.

Aos cinco irmãos soma-se a mãe e pioneira Antônia Diniz Dumont, hoje com 77 anos, que durante anos ensinou “moças casadoiras” a bordar seus enxovais. Hoje seu nome batiza o Instituto de Promoção Cultural Antônia Diniz Dumont (ICAD), que atua próximo a comunidades carentes para difundir a arte e técnica do bordado como veículo de expressão criativa e fonte de renda.

O círculo familiar se completa com o trabalho das netas de dona Antônia, Luana, Tainah, Maria Helena, Paula e Luíza, que também se engajam na tarefa de difundir o bordado como veículo de arte e cidadania, e já começa a despontar entre as bisnetas, ainda crianças, num círculo virtuoso: tal qual os cinco irmãos que deram impulso ao projeto, a quarta geração também é criada entre linhas, tecidos e bordados.

O traço das bordadeiras da família Dumont é livre, transcende os pontos marcados mais clássicos, considerados limitadores. “Fizemos uma opção de arte que tem como eixo a linha da imaginação solta. O que falamos para nós mesmas cada vez que iniciamos um projeto é: que o nosso imaginário nos guie”, concluem as irmãs. ■





Rota solidária

Apoiado nos princípios da economia solidária, o turismo social firma-se como instrumento de desenvolvimento e valorização de culturas

Viajar, conhecer novas culturas, observar, experimentar novos sabores.

Por muito tempo, a promessa excluiu muitos trabalhadores, especialmente os de baixa renda, que não encontravam no turismo de massa uma oferta viável de lazer. Muito além de preços mais acessíveis, contudo, o turismo social envolve ações de integração

social, com roteiros culturais que favorecem o aprendizado, valorizam o patrimônio local, resgatam a história e a compreensão da realidade atual. Ao mesmo tempo, a atividade reforça os vínculos com as sociedades locais, que encontram na atividade uma ferramenta para impulsionar a economia e o desenvolvimento humano.

De acordo com Marcelo Villela, professor do curso de Lazer e Turismo da escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP, a aproximação entre turismo e a economia social solidária começou no Brasil em meados dos anos 90, como resposta à crise financeira da década anterior. Segundo o pesquisador, há diversos modelos,

como o assistencialista, o autônomo e os mais complexos. “A economia solidária não deve ser confundida com o terceiro setor, uma vez que ela não substitui o Estado em suas obrigações, mas promove a emancipação do trabalhador enquanto sujeito.”

Um exemplo é a Cozinha Comunitária Hochelaga Maisonneuve, promovida por uma empresa sem fins lucrativos, sediada em Montreal, no Canadá. Um de seus projetos é oferecer formação profissional para pessoas em situação de risco, como refugiados e ex-dependentes químicos. “Eles chegam aqui depois de terem passado por muitas dificuldades. Nosso papel é ajudá-los a recuperar o amor próprio



A economia solidária não deve ser confundida com o terceiro setor, uma vez que ela não substitui o Estado em suas obrigações, mas promove a emancipação do trabalhador

Fotos Francisco Samuel Diniz/Fundação Casa Grande



Na página ao lado e acima, turistas visitam a Área de Proteção Ambiental do Bororé-Colônia, no extremo sul da capital paulista

para que consigam voltar a trabalhar”, explica Nicole Bashonga, diretora da Cozinha Comunitária.

O treinamento na cozinha comunitária dura 26 semanas e inclui estágio no hotel mantido pela instituição. As turmas, de em média 40 pessoas, aprendem as atividades relacionadas à hotelaria e também à gastronomia. O programa acompanha os ex-alunos por dois anos após o término do curso e os ajuda na recolocação profissional. Enquanto estão em treinamento, recebem um salário mínimo e trabalham no Hotel Gîte CCHM, cuja diária custa entre R\$ 90 e R\$ 130. Os hóspedes, por sua vez, conhecem e valorizam o caráter social da empresa,

que oferece o mesmo nível de serviço de outros Bed & Breakfasts, uma opção econômica de hospedagem que inclui acomodação para pernoite e café-da-manhã.

No Brasil, a Fundação do Museu do Homem Americano (Fundham), instituição de pesquisa e desenvolvimento do Parque Nacional da Serra da Capivara, em São Raimundo Nonato, no Piauí, trabalha para integrar a população local à maior concentração de arte rupestre no mundo, de forma que a comunidade entenda a riqueza de seu patrimônio histórico. Nos últimos três anos, a fundação tem organizado visitas dos moradores ao museu.

Paralelamente, oferece cursos de

profissionalização técnica em arqueologia, cursos de cerâmica artesanal e, em parceria com a Petrobras, construiu cinco poços artesianos para os moradores, projeto que incluiu o mapeamento do lençol freático local.

“Nossos primeiros clientes são os nossos funcionários. Os primeiros turistas, dada a dificuldade de acesso da região, são os moradores locais. Ao trazeremos as pessoas para o museu, estamos envolvendo a comunidade. É o primeiro passo rumo ao muito que falta ser feito, inclusive a formação de pessoas habilitadas a trabalhar com a operação turística”, afirma a conselheira da Fundham, Rosa Maria Trakalo Núñez.

O turismo social oferece oportunidades para que comunidades, muitas vezes isoladas, resgatem o orgulho de suas culturas e também consigam obter seu sustento, abrindo uma janela de oportunidades para as atuais e também para as próximas gerações. A atividade trouxe uma nova perspectiva para a comunidade quilombola de Ivaporunduva, localizada no município de Eldorado, a 267 km da cidade de São Paulo.

Desde 2001, os cerca de 400 habitantes do quilombo, que data do século XVI, situado às margens do Rio Iguape, no Vale do Ribeira, recebe turistas. A atividade turística e o artesanato complementam a produção orgânica de banana e a cultura de subsistência, composta da produção de arroz, mandioca, milho, feijão e verduras e legumes. “Nossos jovens vão estudar fora, mas voltam porque sabem que temos espaço para eles trabalharem”, atesta Benedito da Silva, líder comunitário do quilombo de Ivaporunduva.

Ali, além de conhecer a vida na roça, os visitantes se deparam com tradições ancestrais, como a construção de casas de pau-a-pique, atividade realizada juntamente com os turistas, e a produção da farinha de mandioca. Um estilo de vida que pouco mudou com o passar dos séculos.

SESC SP atua na área desde 1948

As primeiras graduações em Turismo só surgiram no Brasil na década de 1970, mas desde 1948 o SESC-SP desenvolve seu pioneiro Programa de Turismo Social, sempre com a proposta de um olhar sensível e investigativo sobre a cidade, com viés educativo. Além disso, desde 1996 a instituição promove passeios que aliam o turismo a experiências culturais em São Paulo.

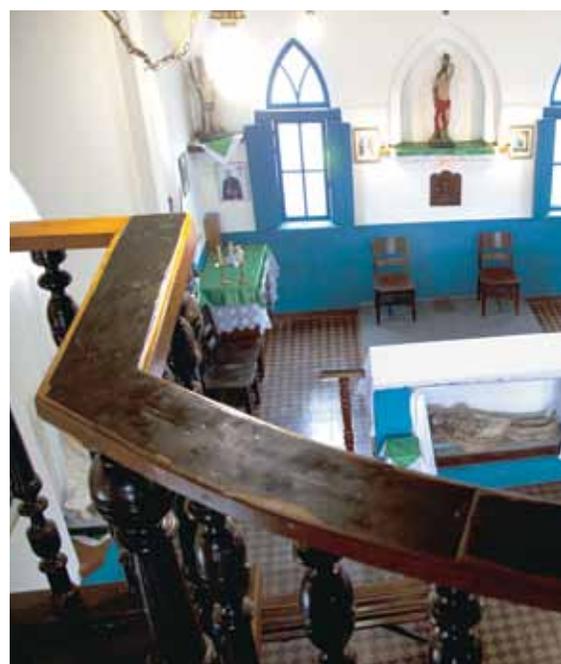
Inclusão

Outro aspecto relevante para a atividade de turismo social é a inclusão dos públicos prioritários, como as famílias de baixa renda, os jovens, os idosos e pessoas com deficiências. Conforme lembra Sergio Rodriguez Abitia, que já presidiu a Organização Internacional do Turismo Social (OITS) Américas, todo mundo, em algum momento de sua vida já experimentou algum tipo de incapacidade, seja por ser criança, por estar gestante ou por ter sofrido algum acidente ou estar em recuperação de cirurgia. Para Rodriguez, é preciso encontrar soluções para que o turismo social também inclua opções para esses públicos.

Foi o que fez o jornalista Dadá Moreira, que fundou a ONG Aventura Especial, que oferece atividades de esportes de aventura para pessoas com deficiência em Socorro, na Serra da Mantiqueira, a cerca de 150 km da capital paulista. Portador de uma doença degenerativa, Moreira começou a apresentar os primeiros sintomas do mal há 15 anos. Apaixonado por esportes de aventura, como boia-cross (travessia de rios em botes infláveis), rapel, tirolesa, rafting e arvorismo, Moreira deparou-se com a falta de estrutura das empresas convencionais para atender ao público deficiente.

Segundo dados Censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), aproximadamente 24,6 milhões de pessoas, o que equivale a 14,5% da população brasileira, apresentam algum tipo de incapacidade ou deficiência. “O contato com a natureza auxilia na reabilitação física e psicológica dos deficientes”, afirma Dadá Moreira.

Graças à iniciativa da ONG, a cidade de Socorro foi reconhecida pelo Ministério do Turismo como referência no turismo para portadores de necessidades especiais. Antes de cada atividade é agendada uma reunião para a avaliação das necessidades de cada visitante. Para contemplar todos os tipos de restrição foram desenvolvidos





Acima, encontro com a cultura dos índios guarani da aldeia Tenondé Porã; abaixo, a Capela de São Sebastião, na Ilha do Bororé



equipamentos especiais, que permitem, por exemplo, que um tetraplégico possa descer o rio em um bote de borracha, graças a uma cadeirinha especial que oferece maior apoio para o tronco, mantendo-o na posição correta. No caso dos deficientes visuais, algumas atividades são feitas juntamente com monitores. Tudo para minimizar o risco sem impossibilitar a experiência do turismo de aventura.

Economia Solidária

Um dos pilares usados no desenvolvimento do turismo social é a economia solidária, que se caracteriza como um modo de produzir, comprar, vender e trocar sem que nenhum dos lados seja prejudicado. A tônica é portanto na sustentabilidade dos negócios, procurando garantir a longevidade da atividade, inclusive para as gerações futuras. Por definição, ela reverte a lógica capitalista ao se opor à exploração do trabalho e dos recursos naturais, considerando o ser humano na sua integralidade como sujeito e finalidade da atividade econômica.

Normalmente as atividades econômicas solidárias acontecem por meio de cooperativas ou associações, que de forma comunitária realizam a prestação de serviços ou produção de bens, num comércio justo. Para ser classificado como solidário, é necessário que o trabalho aconteça por meio dos esforços e objetivos coletivos; que os participantes dessa organização exercitem a autogestão; que a viabilidade econômica envolva critérios de eficácia e efetividade, assim como aspectos culturais, ambientais e sociais; haja justa distribuição dos resultados, bem como a democratização das oportunidades que levam ao desenvolvimento de capacidades e da melhoria das condições de vida dos participantes.

Para Carlos Rodrigues Brandão, professor de Antropologia da Unicamp e da Universidade Federal de Uberlândia e fundador da casa de acolhida Rosa dos Ventos, são as experiências solidariamente interativas com



Dançarina da Cia. Soma, que pesquisa manifestações populares brasileiras para representá-las através da linguagem corporal

CRESCIMENTO DO FATURAMENTO DE RUNA TUPARI (EQUADOR)

Em dólares



os moradores locais que humanizam o visitante e proporcionam uma visão autêntica de um lugar e de seu povo. “O risco do turismo mercadológico é justamente o de transformar a experiência concreta numa distorção feita para agradar o turista”, critica.

Nesse sentido, a hospedagem que passa longe dos hotéis e busca nas casas de famílias locais uma experiência cultural mais autêntica, permite que o visitante vivencie o modo de vida da população local, interagindo e promovendo transformações tanto no turista quanto em quem o recebe. Mais do que apenas gerar uma fonte alternativa de renda, a prática valoriza a cultura dessas comunidades.

Runa Tupari

O incremento da autoestima das mulheres da comunidade Runa Tupari, no Equador, confirma a definição, segundo Carlos Maldonado, fundador e diretor da Rede de Turismo

Comunitário (RedTours) na América Latina. A entidade privilegia o trabalho com as mulheres indígenas e camponesas, que chefiam cerca de 20% das famílias pobres das áreas rurais latino americanas. Estima-se que 55% da população rural da região viva na pobreza.

O programa em Runa Tupari existe desde 2001, envolve 16 famílias e é chefiado por mulheres indígenas. Cada uma delas oferece ao menos um quarto, que acomoda em média três pessoas, em sua própria residência. Os visitantes se integram ao cotidiano das famílias locais. As refeições, com pratos tradicionais; o trabalho, na agricultura de subsistência; as lendas e costumes; e a visita aos locais sagrados fazem parte da vivência. Os pacotes, com diferentes formatos e durações, custam de US\$ 60 a US\$ 240.

De 2004 a 2007, o faturamento anual de Runa Tupari saltou de US\$ 3 mil para US\$ 23 mil. Cerca de US\$

6 mil foram doados a projetos locais, como a conservação de lugares sagrados e sítios arqueológicos e também investidos no incremento de técnicas agrícolas. A comunidade gerencia e distribui os recursos e, recentemente, passou a atuar como operador turístico, avançando na cadeia de valor e capturando um percentual maior de recursos. “Essas comunidades indígenas e camponesas conseguiram implementar os objetivos de eficiência econômica aos de equidade social, identidade social e preservação de recursos naturais”, explica Maldonato.

Brasil

O Brasil também possui experiências bem-sucedidas de hospedagem social. Uma delas é a Fundação Casa Grande, que colocou Nova Olinda, um pequeno município no Vale do Cariri, no Ceará, com pouco mais de 12 mil habitantes, na rota turística solidária internacional. Tudo começou com a criação de um museu na casa que deu origem à cidade, onde ficam expostos artefatos pré-históricos da região. As crianças da cidade começaram a ocupar o espaço para brincar no quintal e, aos poucos, suas famílias foram se apoderando do local até que assumiram a gestão do museu.

Em pouco tempo, pessoas do país e também do exterior se interessaram em conhecer a iniciativa, que inclui uma série de projetos educacionais e culturais. Esse interesse, no entanto, esbarrava na falta de estrutura para acomodar os visitantes. A saída encontrada pelo fundador do museu, Francisco Alemberg, foi conversar com as mães das crianças ligadas ao museu, para que elas recebessem os visitantes. Foi então criada a Coopagran (Cooperativa Mista dos Pais e Amigos da Casa Grande), que hoje reúne 10 pousadas urbanas, com cerca de 40 leitos, e duas rurais, com dois quartos cada, todas administradas pelos moradores da cidade. Cada visitante paga em média R\$ 60 pela hospedagem, que inclui pensão completa. As refeições

são feitas com as famílias. São organizados ainda passeios e visitas guiadas. A cooperativa também gere a loja de artesanato, um restaurante e uma pequena loja de doces.

“O valor para o turista comunitário não é o dinheiro que ele deixa ali e sim a experiência que leva. Para os locais, a convivência com os turistas é também enriquecedora”, resume Alemberg. A inclusão do local entre os destinos de turismo de base comunitária do Ministério do Turismo fez

ainda com que o município passasse a receber recursos para melhoria da sua infraestrutura.

Outro caso de sucesso é a Acolhida na Colônia, em que cerca de 180 agricultores de 30 municípios do Território das Encostas, a 120 km de Florianópolis, compartilham seu modo de vida com os turistas, que vivenciam a produção agrícola orgânica, seu beneficiamento, as gastronomias italiana e alemã típicas, assim como outras tradições culturais.

No final dos anos 90, os produtores da região, isolada pela geografia do terreno, pelas precárias condições de telefonia e comunicação, saúde e educação, passavam por uma crise que permeava não só a produção agrícola, mas também a própria comunidade. Foi quando os agricultores decidiram investir na produção orgânica, que logo despertou interesse de pessoas que queriam conhecer como esses alimentos eram produzidos.

Inspirados pela rede francesa de agroturismo Accueil Paysan, a experiência tornou-se um modelo de qualidade de vida e de alternativa de renda no meio rural. O projeto começou com os lavradores recebendo os turistas em suas próprias casas, com o uso das estruturas existentes, e foi evoluindo para a construção de chalés típicos conforme houve lucro. “A agricultura é a principal atividade. Por isso, na nossa visão, tudo gira em torno do estilo de vida do agricultor, e é o turista que se adapta a esse cotidiano, e não o contrário”, diz Daiana Bastezini, técnica da Associação Acolhida na Colônia.

Hoje, além dos produtos orgânicos e das pousadas, a associação oferece café da manhã colonial, circuitos de cicloturismo e um recente programa de turismo pedagógico com as escolas da Grande Florianópolis. Há, ainda, um projeto de energia renovável que pretende resgatar o uso de antigas técnicas, como a roda d'água. Ao olhar para o seu passado, a comunidade mantém-se em movimento, num ciclo virtuoso. ■

NA INTERNET

sescsp.org.br
quilombosdoribeira.org.br
fumdham.org.br
cuisinecollectivehm.com
hihostels.com
aventuraespecial.org.br
redturs.org
runatupari.com
fundacaocasagrande.org.br
acolhida.com.br

entrevista

SERGIO RODRÍGUEZ ABITIA, PRESIDENTE DA OITS AMÉRICAS ENTRE 2002 E 2005 E PROFESSOR DA UNIVERSIDADE NACIONAL AUTÔNOMA DO MÉXICO

Francisco Samuel Diniz/Fundação Casa Grande

**“O turismo
deve estar
a serviço da
comunidade,
e não o
contrário”**



O conceito de turismo social está mais expandido do que se pensa. É assim que Sergio Rodríguez Abitia vê o setor atualmente. Pobres ou ricos, o especialista defende que a prática não é mais uma questão de inclusão econômica, e sim de conceito, uma forma nova de entender as férias e a troca de experiências entre viajantes. Em resumo, é um bem de todos.

“Investidores não entendem questões de qualidade, apenas de quantidade. Somos uma sociedade racista. Este é branco e tem dinheiro, aquele é negro e não tem. Nosso único critério, por 500 anos, tem sido esse. Agora está mudando, finalmente”, explica. Na entrevista a seguir, concedida durante o Encontro das Américas de Turismo Social, realizado no SESC Consolação, Abitia ressalta também os impactos da recessão econômica que o mundo vive atualmente, e enfatiza: “Sempre que houver uma crise financeira generalizada, o turismo social terá aí uma oportunidade”.

SESC-SP: Como surge a causa do turismo social e quem são os adeptos dessa ideia hoje em dia?

SERGIO RODRÍGUEZ ABITIA: Originalmente, o conceito foi criado para facilitar o turismo das minorias, pessoas com mais dificuldades financeiras e menos acesso ao lazer. Atualmente, o turismo social deveria ser de todos. Acima de tudo, turismo é para pessoas. Pode haver diferentes categorias e segmentos, mas o ponto principal não é a diferença entre as condições econômicas de um ou outro, mas sim o que você vai fazer nas suas férias, no seu feriado.

Não é questão de riqueza, é questão de atitude. Há duas escolhas quando se vai tirar férias: você pode se isolar ou tentar conviver com outras pessoas. A sociedade contemporânea fica com a primeira opção, quer ficar em

um quarto enorme, com ar condicionado, internet e todas as tecnologias, sem saber o que se passa lá fora. É isso o que as empresas turísticas nos encorajam a fazer.

Nessa luta pelos bens econômicos, nos esquecemos da essência das questões não-econômicas. O dinheiro é um meio de fazer as coisas, mas ninguém sai para um feriado com a proposta de gastar dez ou mil dólares, esse é apenas o recurso para se divertir. O ponto-chave não é o dinheiro investido, ou a categoria do hotel em que você se hospeda. É claro que as escolhas são feitas de acordo com as condições financeiras, mas a atividade em si não diz respeito ao dinheiro. As pessoas visitam lugares, e fazem coisas relativamente parecidas. Querer nadar, por exemplo, não é uma questão de quanto você ganha, e sim de quanto você

“ Há duas escolhas quando se vai tirar férias: você pode se isolar ou tentar conviver com outras pessoas. A sociedade contemporânea fica com a primeira opção ”

“ Turismo social não é um produto para pessoas pobres, e sim uma forma de viajar em que existam ambições humanas e sociais, e isso vale para todos ”

gosta disso. Turismo social não é um produto para pessoas pobres, e sim uma forma de viajar em que existam ambições humanas e sociais, e isso vale para todos.

Quais as características mais marcantes do movimento nos países desenvolvidos e em desenvolvimento?

Nos países desenvolvidos, em geral, as pessoas aprenderam a viver juntas. Elas têm suas ambições pessoais, é claro, mas também se preocupam com os outros. Já na América Latina, principalmente, costumamos pensar somente em nós mesmos.

Não nos preocupamos com os vizinhos, com a pessoa que está no mesmo lado da calçada, estacionamos nossos carros onde bem entendemos e não compreendemos o espírito de regras de convivência civilizada. O turismo social deve ser uma ferramenta para compreender isso, pois força você a conviver bem com o restante.

Como desvincular a imagem de que turismo social é politicamente um turismo de esquerda?

O turismo social continua sendo associado assim porque quando surgiu o conceito, nos tempos de Guerra Fria, só existiam dois lados, em tudo. Era preciso fazer escolhas. Ou seja, se você estivesse com o turismo comercial, industrial, você não poderia estar falando sobre uma prática alternativa. Agora, observa-se uma mudança crescente; é tese, antítese e síntese. A sociedade hoje quer pegar o melhor de tudo, independentemente de ser esquerda ou direita, e transformar em algo prático e útil.

Os conceitos importam mais aos acadêmicos e especialistas, porque o turista quer viajar, não se importa em saber qual rótulo lhe encaixa melhor. Apesar de hoje em dia as preocupações estarem ligadas aos lucros, ao luxo, é preciso lembrar que o ponto fundamental são as pessoas.

Muita gente faz turismo social sem saber do que se trata. Mesmo dentro do turismo comercial, as empresas proporcionam em alguns casos viagens com caráter socioeducativo. Turistas que nunca leram nada a respeito, não conhecem o lado acadêmico do assunto ou nunca ouviram falar disso também praticam turismo social. A prática é muito mais expandida do que imaginamos.

É possível ganhar dinheiro com investimentos nessa área?

Algumas companhias entenderam isso desde o início, com fórmulas comerciais de sucesso, cuja estrutura se baseava em quartos sem televisão, rádio ou outros atrativos. As pessoas usavam o local só para dormir, tomar um banho e já saíam para a rua, conhecer pessoas e lugares. Assim, acabaram impondo um modelo em que os turistas não se hospedam pela estrutura, mas pelo local e pelas atividades que acontecem nos arredores, usando a propriedade apenas como um meio de chegar até aquele contexto. Se você fizer a estrutura correta, é possível ganhar muito dinheiro.

É preciso diferenciar também os empreendedores dos investidores. O grande problema é que o turismo se tornou uma espécie de investimento para grandes empresários, que não buscam saber o que acontece no local, e sim altas taxas de lucro. Já as pessoas que têm empreendimentos, por exemplo, são mais preocupados. Se você tem um restaurante, é o seu projeto de vida, você se importa com aquilo, é bem diferente.

Como o nosso turismo foi sequestrado pelos investidores, o modelo segue os interesses deles, é estritamente comercial. O que devemos fazer é não endeusar os investimentos, e sim estimular os empreendimentos. Muitos países, sobretudo os latino-americanos, ainda acham que algum grande investidor virá para salvar a pátria.

As crises econômicas globais afetam de que maneira o setor?

Sempre que houver uma crise financeira generalizada, o turismo social terá aí uma oportunidade, pois as pessoas se preocupam em não gastar tanto e fazem escolhas mais inteligentes, tentando aproveitar as opções com custos mínimos. A crise afeta principalmente o turismo convencional. A tendência é pensar no valor do dinheiro e estar atento ao que fazer nas férias.

Não há porque viajar e gastar desenfreadamente durante um período de recessão. É claro que as pessoas continuam viajando, mas se concentram naquilo que realmente querem. Se uma pessoa gosta de mergulho, ela pode reduzir os custos em acomodações e meios de transporte, mas vai gastar a mesma coisa na hora de mergulhar, porque isso significa muito pra ela. Mais uma vez, a ênfase está no que se faz, na diversão, e não exatamente em como se está fazendo.

“O grande problema é que o turismo se tornou uma espécie de investimento para grandes empresários, que não buscam saber o que acontece no local, e sim altas taxas de lucro”

“Sempre que houver uma crise financeira, o turismo social terá aí uma oportunidade, pois as pessoas se preocupam em não gastar tanto e fazem escolhas mais inteligentes”

De que forma devem ser norteadas as políticas públicas para o turismo social?

Estamos no ponto de partida errado, que é o dinheiro. O aspecto fundamental deve ser o que queremos fazer com esse dinheiro, para onde esse dinheiro deve ir. Confundimos o papel do governo no turismo, que sempre trabalha para a iniciativa privada. Em vez de o Estado trabalhar para as causas públicas, espaços comuns, ele se tornou uma agência de lobby para grandes corporações, que expropria terras para ceder aos investimentos.

Como o sr. avalia a atuação dos governos nessa área?

Nós damos a responsabilidade para quem não tem qualquer noção do que se trata. Você não vai colocar um advogado para dirigir um hospital. Para os ministérios do Turismo, em geral, escolhemos qualquer um. As pessoas erradas no cargo têm medo e não vão deixar outros que entendem do assunto dar sugestões, pois têm receio de parecerem inferiores. Por fim, vão requerer recursos imediatos, porque sabem que não vão ficar por muito tempo no cargo, e por isso não querem pensar políticas a longo prazo.

Acontece em outros ministérios, mas no Turismo é ainda pior. A reação imediata é pensar que é fácil lidar com o assunto, porque está associado somente a férias, e é como se isso não fosse importante; não se avalia a necessidade de um especialista. É comum achar que qualquer pessoa pode lidar com a questão, mas, quando estão finalmente lá no ministério, percebem a complexidade do assunto. É coisa séria, e deve ser tratada com seriedade, obviamente.

Como o sr. vê as relações entre os turistas e as comunidades que os recebem?

O turismo deve estar a serviço da comunidade, e não o contrário. O turismo não é um objetivo, e sim uma ferramenta para o desenvolvimento de determinado local, e nós não en-



tendemos isso. As políticas para a atividade buscam mais dinheiro, quartos, empregados. Por causa dessa confusão, construímos comunidades que servem a esse propósito cegamente.

Discute-se sempre a necessidade de mais turismo. Aí colocamos os habitantes sorrindo, dizendo “bom dia”, mas por quê?! As comunidades anfitriãs não podem ser um circo montado para turistas. E turistas também não podem ser a salvação das comunidades, é preciso um intercâmbio. Durante a baixa temporada, locais assim se tornam geralmente inúteis, degradados.

Existe uma fórmula para convencer a população de que o turismo é uma atividade essencial?

No mundo ideal, o turismo deveria estar associado à saúde, à cultura e à educação, sem ficar restrito ao plano econômico, como questão de consumo. Se conseguíssemos atingir isso, seríamos mais encorajados a mudar nosso

“As comunidades anfitriãs não podem ser um circo montado para turistas. E turistas também não podem ser a salvação das comunidades”

“Se os locais que alcançaram o sucesso tempos atrás continuarem se orientando pelo luxo e pelo consumo, e não pelas pessoas como elemento central, eles vão desaparecer”

comportamento com relação às férias.

A vida é tempo, e o tempo é feito de momentos. Temos momentos bons, ruins, fatais e estelares. O turismo social, e assim deve ser em qualquer forma de turismo, é responsável por criar esse momentos estelares, independentemente do preço. Se entendermos isto, poderemos fazer projetos de luxo com serviços acessíveis. Não renunciamos as coisas que são luxuosas, mas priorizamos o que é realmente importante. Alto consumo e luxo é totalmente diferente. Luxo é ter tempo livre, é férias.

Nós temos 52 semanas ao ano. No México temos uma ou duas semanas livres. No fim do ano, quem se lembra das suas últimas férias? Todos. Quem se lembra das outras 50 semanas? Ninguém. É questão de tempo, não de dinheiro, é algo importante, significa muito. Será sempre um luxo, independentemente de onde você passa suas férias.

Quais os próximos desafios para o turismo nas Américas?

O problema aparece no Brasil, no México, Cuba, e outros países com muito sucesso turístico há décadas, que estão mais relutantes em mudar o modelo padrão. Por que? Porque funcionou por muito tempo. Mas não está funcionando mais, os estados litorâneos preferem ficar estagnados, enquanto os outros, continentais, estão tentando criar novas possibilidades e obtendo sucesso. Fazemos o mesmo tipo de turismo há mais de 50 anos.

Se os locais que alcançaram o sucesso tempos atrás continuarem se orientando pelo luxo e pelo consumo, e não pelas pessoas como elemento central, eles vão desaparecer, não terão chances, porque outros estabelecimentos farão melhor. O objetivo dos turistas em geral não é apenas a cama, a caipirinha ou a comida, eles estão preocupados em como serão tratados, com as coisas que podem ser feitas e com a experiência como um todo. É preciso se adaptar às novas demandas para não sucumbir. ☐

A PROCURA DO OUTRO

Carlos Rodrigues Brandão

HÁ MUITOS SÉCULOS, HERÓDOTO ESCREVEU QUE AO CONTRÁRIO DE outros povos, que viajavam para comerciar, para se refugiar, para colonizar, para conquistar, os gregos viajavam para comerciar e para conhecer. Ele mesmo terá sido um bom exemplo desse costume, pois a partir de suas viagens a terras de outros povos, tornou-se um fundador da ciência da História. Talvez, no melhor sentido da palavra, tenha sido também um primeiro turista.

Alguns poucos anos atrás, o poeta palestino Mahmud Darwish escreveu em um de seus longos poemas: “O lugar são os sentimentos”.

Poucos meses atrás, em um criativo cartão postal criado pelo SESC Consolação para o Encontro das Américas de Turismo Social, estava escrito no verso da imagem o seguinte: “Viajar é ler o mundo pelos olhos do Eu e do Outro”. Terão os autores (ou autoras, imagino) da feliz frase lido o “Eu e Tu”, de Martin Buber? A sentença tem um pleno sentido, pois o subtítulo do Encontro é: por uma visão humanista e social do turismo nas Américas.

Se reunirmos as três imagens com algumas palavras que trago aqui, poderemos encontrar um fundamento múltiplo para a ideia de turismo social. Algo que poderia também chamar-se “partir em busca do outro”. De um lado a ideia de que viajamos não apenas



para ver (e hoje fotografar exageradamente), mas para perceber. E não apenas para perceber, mas para compreender. Compreender o outro através de mim mesmo; compreender a mim mesmo através do outro. Compreender a vida e seus mistérios através do mais essencial encontro humano: a partilha do diálogo com um outro. A criação do mais pleno mistério do humano: o entre nós.

De outro lado, a imagem de que o lugar onde estamos – de nossa casa a um país distante – nunca se revela a nós em sua objetividade absoluta. Vemos, percebemos e compreendemos a partir e no interior de nossos sentimentos. Estamos onde sentimos estar. E viajar é nos deixar levar e aos nossos sentimentos (afetos, emoções etc.) a um outro lugar no tempo. Mas é também nos levarmos por nossos sentimentos, e nos levarmos a sentir o “aqui onde estamos” desde o como sentimos o lugar a que e a quem chegamos.

De outro lado, ainda, podemos sentir que viajar, partir, fazer turismo, é dispor-se a sair de si mesmo e abrir-se a estar-com-o-outro. É aprender a sentir o seu mundo através dele mesmo, tal como “ele-mesmo” se dá a ver, a sentir e a compreender em nós e através de nós. Toda relação de viagem-turismo completa e humana é um ir a um lugar para vivenciar a face humana desse lugar. É preciso

Carlos Rodrigues Brandão é professor do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Unicamp e professor visitante da Universidade Federal de Uberlândia.



Ilustração Fernanda Simionato

uma visão bastante estreita para partir em busca de coisas, de “emoções” (tome adrenalina!), de apenas paisagens, vazias da presença interativa de e com outras pessoas. De outras gentes, que dão nomes, sentidos e imagens a qualquer lugar. De outras culturas (da comida típica às orações em um templo) que outras pessoas “que não são como eu” (sendo tão pessoalmente humanas quanto eu) criam e recriam para viverem vidas e modos de vida em busca dos quais um turismo humanizado sai em viagem.

Num capítulo não por acaso intitulado turistas e vagabundos, de um dos seus vários livros traduzidos para o português, “O mal-estar da pós-modernidade”, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman lembra do vulgar que pode existir na prática de um turismo-do-vazio. Ele começa dizendo isto:

A identidade durável e bem costurada já é uma vantagem; crescentemente, e de maneira cada vez mais clara, ela se torna uma responsabilidade. O eixo da estratégia de vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se – mas evitar que se fixe.” A figura do turista é a epítome dessa evitação. De fato, os turistas que valem o que comem são os mestres supremos da arte de misturar os sólidos e desprender o fixo. Antes e acima de tudo, eles realizam

a façanha de não pertencer ao lugar que estão visitando: é deles o milagre de estar dentro e fora do lugar ao mesmo tempo. O turista guarda a sua distância e veda a distância de se reduzir à proximidade.

Em um mundo pós-moderno em que tudo se liquefaz, e em que de latas de cerveja a laptops superados e a pessoas postas “à margem”, tudo é descartável, incluindo o turismo de massa, aquele que lastimavelmente cresce e prolifera dentro de uma perversa lógica dos ganhos do mercado – eu viajo para viver intensamente aquilo que logo depois será esquecido e “superado” pelo desejo (sempre insatisfeito) de uma próxima viagem. Os melhores exemplos disso talvez sejam as viagens de cruzeiro. Aquelas em que os “prazeres de bordo” de um navio inigualável são mais anunciados do que os próprios lugares a que o maravilhoso transatlântico levará os “felizes passageiros”. Em uma viagem-de-finge durante a qual tudo se vive às pressas, tudo se compra e vende, tudo se repete. Porque, afinal, no fim das contas e da viagem, o que se descobre é que o navio fabuloso não passa de um imenso “shopping flutuante”, não muito diferente dos de minha cidade. E a viagem fabulosa apenas torna um exercício ostentatório aquilo que eu poderia viver com mais

calma e menos gastos sem sair de “onde eu vivo”. Voltemos uma outra vez ainda a Bauman.

Na vida do turista, a duração da estada em qualquer lugar mal chega a ser planejada com antecipação; tampouco o é o próximo destino. A peculiaridade da vida turística é estar em movimento, não chegar. Ao contrário daqueles seus antecessores, os peregrinos, as sucessivas escalas dos turistas não são as estações pelo caminho, uma vez que não há objetivo que lhes acene, no fim das viagens da vida, que pudesse convertê-los em estações.

Imagino que aquilo a que damos o nome de turismo social, quando pensamos em uma vocação de “humanização do turismo”, seja o exato oposto desta sentença.

Quando penso formas e modos de se fazer turismo, entrevejo uma primeira dimensão. Quero chamá-la aqui de turismo-coisa. É aquele que leva “quem vai lá” a uma busca superficial nem sequer de lugares de cultura (como Ouro Preto) ou de natureza (como as Cataratas do Iguaçu), mas em busca de produtos prontos que se “vive” (como uma roda gigante na Disneylândia ou algum dos seus passeios temáticos artificiais e repetitivos) ou que se compra. Ah! O supremo prazer que há em “ir até lá” com duas malas e voltar “de lá” com quatro, duas delas cheias de “compras”! Em geral de bugigangas, como os imensos “sombremos” mexicanos que no mês seguinte já não se sabe mais onde esconder dentro do apartamento.

Entrevejo uma segunda dimensão no que quero chamar aqui de turismo-corpo. Não importa então o lugar onde estou, e, menos ainda, quem “está lá” (ou “aqui”). Importam as experiências – se possível, “radicais” – que eu vivo, como os desafios programados para as ousadias do corpo em falso-perigo, que deverão ser exaustivamente fotografados, exibidos por uma semana e esquecidos logo depois.

Mas a seguir entrevejo uma terceira alternativa. Devo chamá-la

turismo-cenário. Agora sim, parto em busca de outro lugar, a outra paisagem – seja a da cultura, seja a da natureza, seja, como deveria acontecer no mais das vezes, a interação entre cenários naturais e os da cultura. Quero “ir lá” para ver, para conhecer (e hoje para fotografar repetidamente) não coisas pré-fabricadas de se ver e possuir, e nem as proezas aventurosas dos programas-adrenalina, mas aquilo que um mundo-outro tem a me apresentar. A velha tradição que vai do escotismo (os melhores turistas, a meu ver), ao excursionismo do passado (ancestrais do “trilheiros” de hoje) poderia ser um exemplo extremo, mas feliz e fecundo, desta escolha.

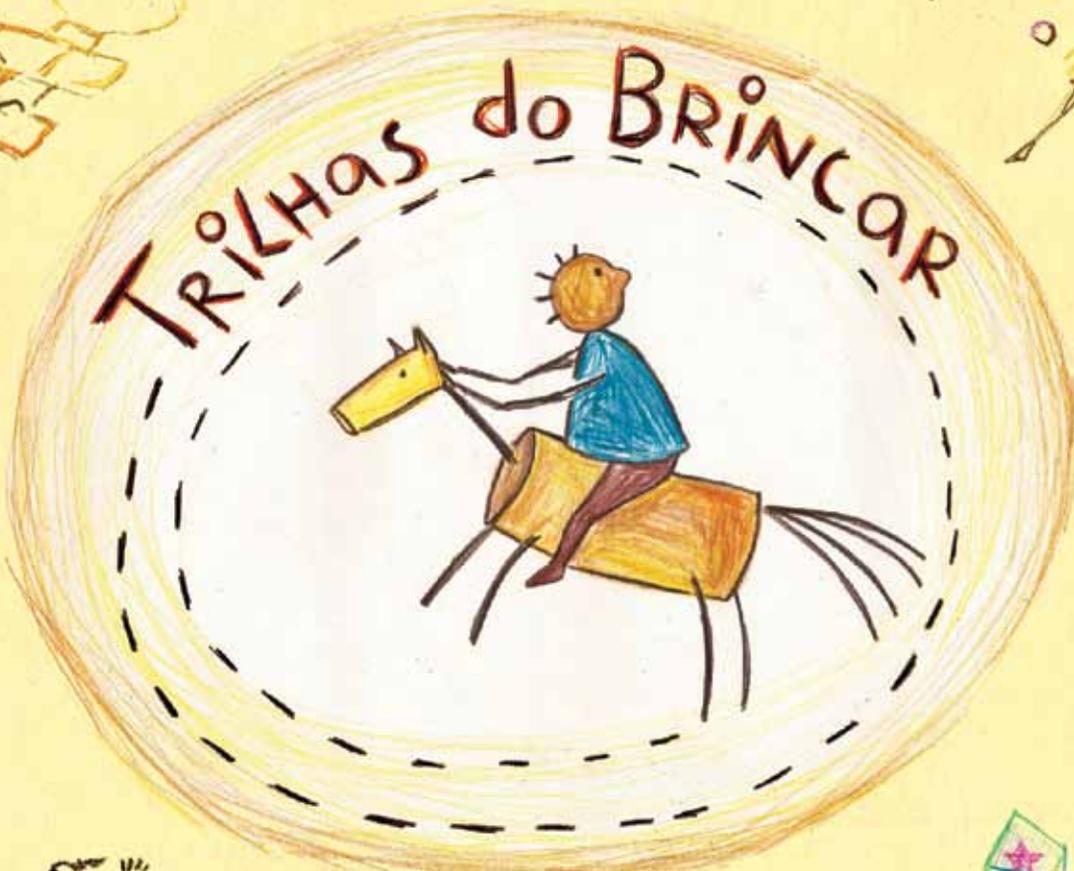
Vem a seguir uma quarta escolha. E ela poderia receber este nome: turismo-do-outro. Ela será, imagino, o fundamento do turismo social. Ela existe quando aquilo em busca do que me faz ir “até lá”, incorpora e integra a pessoa do outro, sua presença, sua vez e sua voz. Uma paisagem duplamente bela e atraente porque vista e vivida através das “pessoas do lugar”. E não como falsos “atores locais” de um turismo que transforma o outro de pessoa em personagem. E que torna a sua própria cultura uma vulgar e encenativa “cultura típica”.

Uma prática de turismo não passa de “massa” a “social” apenas quando ela recebe alguns ingredientes a mais de densidade de “cultura local”, através da incorporação de pessoas e cenários de “vida local” no pacote turístico. Este seria apenas um primeiro passo.

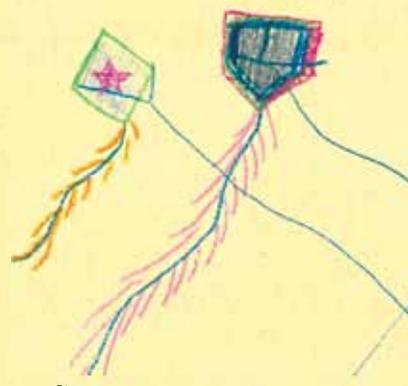
Num segundo passo – difícil passo a ser dado – o turismo social passa a “solidário”, quando eu parto em busca do “lugar que não é como o meu”, e de culturas que não são “a minha”, e pessoas que são... e não são como eu, para viver entre elas a experiência humana mais surpreendentemente radical: ir ao encontro da pessoa do outro como o motivo mais essencial do “sair, ir lá e estar aqui”. Ou, dito de outra forma: o me ver e compreender a mim mesmo quando refletido no brilho do olhar de um outro. ■

Viajamos não apenas para ver (e hoje fotografar exageradamente), mas para perceber. E não apenas para perceber, mas para compreender

SESC
sescsp.org.br



TRILHAS do BRINCAR



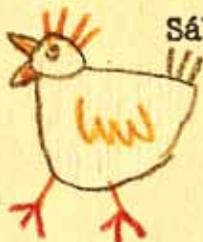
Exposição lúdica interativa, espetáculos, contações,
oficinas, cursos e palestras sobre a poética do brincar.

DE 10 DE NOVEMBRO DE 2011 A 27 DE MAIO DE 2012

Terça a sexta, das 9h às 21h30

Sábados, domingos e feriados, das 10h às 19h

Agendamento de visitas orientadas:
visitasagendadas@santos.sescsp.org.br

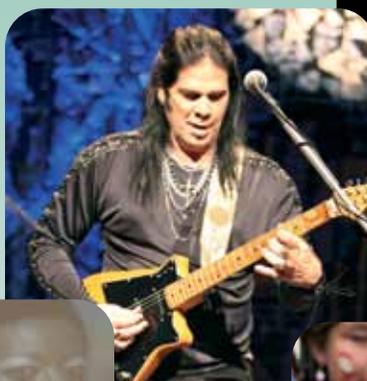


SESC Santos Rua Conselheiro Ribas, 136
TEL.: (13) 3278.9800
email@santos.sescsp.org.br

Você ainda não tem SESCTV? Peça já à sua operadora.

O SESCTV tem tudo que você espera de um canal com programação de qualidade: exibição de shows, filmes, espetáculos de teatro e dança, programas de artes visuais, literatura, além de entrevistas e documentários.

Tudo isso com produções audiovisuais brasileiras independentes que valorizam a diversidade de expressões artísticas e culturais.



SESCTV

sesctv.org.br

O SESCTV é credenciado pelo Ministério da Cultura como canal de programação composto exclusivamente por obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente. O sinal é distribuído gratuitamente às operadoras e o canal não veicula anúncios publicitários.

ISSN 2177369-6



9 772177 369006

SESC
sescsp.org.br