

Copyright © Susana Gastal e Marutschka Martini Moesch, 2007
Copyright © Editora Aleph, 2007

CAPA: Thiago Ventura e Luiza Franco
ILUSTRAÇÃO DA CAPA: Nicoletti
PREPARAÇÃO DE TEXTO: Tânia Rejane A. Gonçalves
REVISÃO: Hebe Ester Lucas
PROJETO GRÁFICO: Neide Siqueira
EDITORAÇÃO E FOTOLITOS: Join Bureau
COORDENAÇÃO EDITORIAL: Débora Dutra Vieira
EDITORA RESPONSÁVEL: Betty Fromer Piazzi

Todos os direitos reservados.
Proibida a reprodução, no todo ou em parte,
através de quaisquer meios.

EDITORA ALEPH
R. Dr. Luiz Migliano, 1110 – Cj. 301
05711-900 – São Paulo – SP – Brasil
Tel.: [55 11] 3743-3202
Fax: [55 11] 3743-3263
www.editoraaleph.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Gastal, Susana

Turismo, políticas públicas e cidadania / Susana Gastal,
Marutschka Moesch. – São Paulo: Aleph, 2007. – (Coleção ABC
do Turismo)

Bibliografia.
ISBN 978-85-7657-036-3

1. Cidadania 2. Turismo – Planejamento 3. Turismo – Política go-
vernamental I. Moesch, Marutschka Martini II. Título. III. Série.

07-5088

CDD-306.481

Índices para catálogo sistemático:

1. Turismo, políticas públicas e cidadania : Fenômeno sociocultural:
Sociologia 306.481

Outra opção, para aproximar um entendimento maior da complicação das grandes cidades e da cidadania nelas exercida no momento contemporâneo, seria passar do conceito de identidade para o de identificação, como propõe Stuart Hall,¹³ ao vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é “preenchida” a partir do exterior de cada um, pelas formas através das quais o indivíduo imagina ser visto por outros.

A identidade, posta como identificação, teria uma aproximação com o conceito de cidadania, ambas num conjunto relativamente coeso de características, buscando ser amparadas por normas legais e político-institucionais, consolidadas em políticas públicas.

Nas grandes cidades, como apontado por Canclini, mesmo os bairros acabariam por constituir-se em espaços públicos de homogeneidade identitária. Mas a identidade se marca no reforço do que é igual, em contraste com a exclusão do que seja diferente. E aqui se poderia retomar o Turismo. O turista, percorrendo outras regiões ou países, tem nessa vivência de semelhanças e diferenças uma das razões primeiras das suas práticas. *Outros* seriam aqueles “que não compartilham constantemente esse território, nem o habitam, nem têm, portanto, os mesmos objetos e símbolos, os mesmos

rituais e costumes são os outros, os diferentes. Os que têm outro cenário e uma peça diferente para representar”.¹⁴

Se, nas cidades, mesmo os bairros se colocam como espaços de identidade e identificação, para viver outros cenários não seria mais necessário sair dos limites urbanos, pois estes se tornaram o território da multiplicidade, permitindo ao indivíduo ser turista mesmo sem abandonar seu território. Também se estaria migrando de um conceito de turismo marcado pelas distâncias espaciais para um conceito que priorizasse a sua prática como o percorrer tempos e espaços diferentes dos rotineiros. Turismo seria menos o percurso no espaço, para tornar-se um percurso por tempos-espacos, em especial culturais, diferentes daqueles a que se esteja habituado, com ênfase nas vivências e experiências.

Portanto, seria possível dizer que o momento contemporâneo tem a marcá-lo uma tensão homogeneidade-heterogeneidade, em cujo contexto a sociedade e a cultura transitam, em especial dentro das grandes cidades.

CIDADANIA E TURISMO

Aplicar as questões da cidadania ao Turismo significa considerar, em primeiro lugar, que seu objeto é o deslocamento, e as pessoas em deslocamento, os ditos turistas. Deslocar-se

13. HALL, 2003, p. 39.

14. CANCLINI, 2003, p. 190.

significa sair das rotinas espaciais e temporais, como já colocado, e viver o estranhamento causado pela nova situação.

A pessoa em deslocamento encontra outros sujeitos que, em princípio, serão diferentes de si. Mas, se poderia perguntar: os turistas estão preparados para conviver com pessoas diferentes, com hábitos e culturas diferentes? Haveria em cada indivíduo uma tendência a buscar o igual, ir ao encontro de sua tribo e, não raro, nesta postura, desqualificar o outro quando não se encontra nele o que é igual a si. Pode-se dizer que ele é “curioso”, que é mal-educado, que cheira mal, que lhe falta cultura ou até achá-lo “feio”, porque a régua com a qual se está medindo este outro é a educação *de quem mede*, a *sua* cultura, o *seu* padrão de beleza. Buscar, justo, o diverso de si, exige uma abertura para o mundo e uma maior capacidade de conviver com o próprio estranhamento.

As políticas de comunicação mais tradicionais, na área do Turismo, não raro trabalham com a busca do igual, no âmbito do turismo de massa, utilizando para isso estereótipos. Um estereótipo é uma simplificação, uma caricatura que se coloca no lugar do sujeito real. Os estereótipos da publicidade afirmam alguns povos como sensuais; outros, como gourmets; outros, como esnobes; outros, como sérios e obsessivos por trabalho; outros, como preguiçosos.

Esses imaginários seriam utilizados pelas práticas de comercialização do turismo de massa, e pouco contribuiriam para uma aproximação fraterna e solidária com o outro. As práticas turísticas mais contemporâneas, segmentadas e com

um novo perfil de viajante, por outro lado, tenderiam a priorizar a diferença, mesmo nas suas políticas de comunicação.

Mas, avançando nas políticas de comunicação para além da intermediação da experiência turística, via fornecimento de conteúdos informativos, e vendo o turismo também como a possibilidade de mediação, chega-se às suas possibilidades, primeiro, como importante contributo na construção da cidadania; segundo, avançando na cidadania, na figura do turista cidadão.

Antes de avançar no conceito, é preciso retomar a noção de cidadania, associada ao Turismo e às políticas públicas.

POLÍTICAS PÚBLICAS

A ação pública em prol da cidadania, e da mesma associada ao Turismo, deve ser consolidada nas denominadas *políticas públicas*, deixando claro aos cidadãos os grandes princípios norteadores e ações decorrentes, para viabilizar este ideário.

Partindo da reflexão de Teixeira Coelho sobre política cultural, *políticas públicas* seriam as intervenções realizadas pelo Poder Público, instituições civis, entidades privadas e grupos comunitários, com o objetivo de atender à população nas suas necessidades materiais e simbólicas, garantindo-lhes acesso às mesmas, para que seja alcançada maior e melhor qualidade de vida não só para os grupos hegemônicos, mas também – e em especial – para os excluídos por razões econômicas, sociais e culturais, etárias ou de gênero, dentro do

respeito do direito à diferença. Ainda segundo Teixeira Coelho, as políticas devem materializar-se em normas jurídicas e em intervenções diretas, amplas ou pontuais, que as encaminhem e viabilizem.

O conceito de *políticas públicas* se constrói, historicamente, como o conjunto de ações que objetivem construir o controle social sobre bens, serviços e obras públicas, de modo que estes sejam desfrutados de maneira efetiva por toda a sociedade. Assim, as políticas públicas se caracterizariam pela *democratização* do usufruto dos bens – *democratização do acesso* – e pela organização da sociedade para a determinação e distribuição desses bens – *democratização da gestão*.

Políticas públicas de *democratização* não devem se restringir ao imediatismo, ao localismo das reivindicações e demandas, mas se transformar em instrumento de planificação e apropriação dos grandes e variados problemas de gestão urbana, ambiental, social, econômica e humana, bem como de domínio sobre o aparato do Estado, tradicionalmente afastado e refratário à participação e ao controle popular. Devem incluir, mais do que obras, serviços e marketing promocional, processos pedagógicos para elevar o nível de consciência e participação cidadã de parcela considerável e crescente da população.

As políticas públicas devem vir carregadas, em suas ações, de projetos que, cada vez mais, sejam um conjunto de propostas de intervenções multissetoriais integradas, buscando dar ao cidadão uma atenção global. Não será por meio de planos estratégicos de marketing internacional, nem, tam-

pouco, pela divulgação de projetos isolados que a cidade se globalizará de forma a não ser refém de políticas macroeconômicas e macrossociais, mas pelo estabelecimento de políticas, e seus resultados, e pela sua ação internacional de caráter participativo.

Na área econômica, os instrumentos tradicionais de políticas públicas estariam concentrados nos governos centrais, não raro direcionados para a implantação de projetos de interesse do capital internacional, nos quais o compromisso com a cidadania não faz parte da agenda. O Turismo ainda estaria reduzido a um instrumento de desenvolvimento econômico, parte de políticas setoriais, as quais não possuiriam clareza dos impactos causados e dos compromissos acarretados junto às localidades, quando de sua implantação.

Ou seja, as diretrizes das políticas de Turismo seriam ainda dependentes de decisões nas esferas do capital internacional, sob lógicas da globalização econômica, mas a implantação dos projetos que as concretizam, reproduzindo o domínio econômico, ocorrem nas localidades, afetando as pessoas e suas culturas. Nesta ênfase, os agentes econômicos mais prejudicados seriam os trabalhadores e as micro, pequenas e médias empresas nacionais, maioria no caso do Turismo, justamente por não terem vez ou voz nas macropolíticas econômicas internacionais. Esse cenário indica a importância de o Poder Público local ser o elo articulador entre os agentes excluídos da concentração econômica, e de construir, de forma compartilhada, o projeto democrático e cidadão desejado pela comunidade.

Mais importante, uma *política pública* deve ter clareza sobre a concepção de Turismo que defende, sobre qual a visão de desenvolvimento buscar e sobre quais são os seus compromissos. Deve, ainda, ter como objetivo democratizar o bem público chamado Turismo, possibilitando que o lazer e a hospitalidade sejam acessíveis a todos, visitantes e cidadãos, não apenas como uma potencialidade, mas como realidade, e que a sociedade organizada incida nessas definições.

Para buscar e consolidar a democratização, as políticas públicas de Turismo devem: (a) ter normatizações jurídicas; (b) realizar intervenções diretas na forma de linhas de financiamento, implantação de infra-estrutura, gerenciamento de informações, treinamento e qualificação de recursos humanos, com a lógica da proteção a grupos e comunidades frágeis quer por razões econômicas, quer por razões culturais; (c) consolidar diretrizes políticas que não incentivem apenas o Turismo nos seus desdobramentos econômicos, mas também nas suas implicações socioculturais centradas na pessoa, ou seja, no turista.

Como o Turismo supõe uma gama de inter-relações, as normatizações, ações de intervenção e diretrizes políticas não são facilmente desmembráveis e, de forma alguma, podem ser restritas a questões econômicas.

Políticas públicas de Turismo, a exemplo das políticas culturais – ou também como uma política cultural –, demandam o que vamos denominar *políticas de difusão turística*, que sensibilizem comunidades e autoridades locais, de que o Turismo não é apenas uma atividade econômica, mas que o

se deslocar para fora de suas rotinas espaço-temporais é uma necessidade humana, portanto, um direito, como garantido no artigo 24 da Carta dos Direitos Humanos, da qual o Brasil é signatário. Este artigo garante a todos o direito ao descanso, ao lazer e ao desfrute de férias periódicas remuneradas.

Tal enfoque significaria respeito às demandas sociais, às quais as políticas públicas devem atender, mesmo que essas demandas ainda não sejam explícitas e claramente assumidas na sociedade brasileira, onde a noção de cidadania ainda seria frágil e o conhecimento dos direitos individuais e coletivos, precário. As demandas sociais, neste caso e de maneira não ideal, “são antes supostas, hipotéticas, fruto da observação subjetiva ou da análise menos ou mais pertinente dos formuladores, do que identificadas de modo dialógico, e não paternalista”.¹⁵

Novamente o que Teixeira Coelho coloca, em relação à cultura, pode servir para pensar o Turismo, no que se refere à legitimação de políticas públicas. Elas devem guiar-se pela lógica do bem-estar social, pois, sem políticas adequadas, “a dinâmica social é deficitária e precisa ser corrigida uma vez aceita a premissa de que as práticas culturais” – e, acrescentaríamos, as práticas turísticas – “são uma complementação do ser humano”.¹⁶ Recomenda-se, ainda, uma boa prática comunicacional entre o Estado e seus cidadãos, a fim de alcançar essa sensibilização para “esta afirmação tardia de

15. TEIXEIRA COELHO, 1997, p. 294.

16. Ibidem, 1997, p. 294.

direitos, de direitos à cidadania, ao prazer, ao lazer e ao tempo livre”.¹⁷

O PÚBLICO E O PRIVADO

Quando se fala em *políticas públicas* de ou para o Turismo, é preciso confirmar uma solidariedade que articule e promova o planejamento e a gestão compartilhada, dando significado àqueles temas que atravessam o conjunto da vida em uma sociedade e que não seriam percebidos no cotidiano; uma política pública que se proponha a dizer como será o dia de amanhã, ao conseguir desafiar a cidadania naquilo em que se pode avançar em termos de conquistas materiais, de novos direitos sociais, de antecipação do futuro. Como afirma o ministro da Cultura, Gilberto Gil, a “gestão nos dias de hoje não constrói sua agenda dentro de gabinetes, mas neste espaço, no corpo de cada um de nós, na corporificação das redes ou na encarnação permanente de todas as idéias”.

Uma política pública de turismo deve articular questões estratégicas tecidas junto ao *trade* turístico e à sociedade, na direção de um fortalecimento não excludente do local, que abra espaço de participação nos novos moldes de gestão que aprofundem participação democrática também no campo do Turismo, avançando para além de um caráter privado, tão precioso ao mercado capitalista.

17. Gilberto Gil.

Além da participação cidadã e da atenção a ela, as políticas de Turismo contemporâneas devem supor o exercício de uma gestão compartilhada entre o público e o privado, já que as fronteiras físicas entre as localidades tendem a ser reduzidas ou eliminadas – vide processos de regionalização –, e inserem novas lógicas de mercado em que o Turismo é agendado como forma de crescimento econômico, logo, espaço de poder. É necessário, portanto, atualizar potencialidades e construir-se, enquanto produto turístico, em condições de competir num mercado rico em ofertas, sem perder sua hospitalidade e humanização.

Uma política pública de Turismo deve ter como concepção o Turismo como um sistema aberto, orgânico e complexo que se coloque como atividade multissetorial, cuja execução deve, necessariamente, incorporar visões multidisciplinares, multiculturais e multissociais. Assim, se constituirá no trabalho conjunto do setor público com a iniciativa privada e com a sociedade civil, reconstruindo os processos de identidade tão necessários às cidades e às localidades, para que se integrem às redes de globalização de forma independente, em vez de serem homogeneizadas nesse processo.

Nesses termos, os objetivos de um sistema público, seja no âmbito municipal, estadual ou federal, devem compreender a construção de políticas públicas de Turismo articuladas com as demais políticas de governo, que sustentem uma prática de Turismo contínua e qualificada, evitando o casuísmo verificado em muitos municípios e Estados brasileiros.

É necessário priorizar a concepção de um turismo sustentável e humano, definindo claramente o segmento turístico trabalhado, o qual se distancia do turismo de massa, impactante e ilusório, nos processos de desenvolvimento das localidades. Os eixos teóricos desta política partem de uma concepção mais contemporânea e articuladora de vivências locais e globais entre os cidadãos e visitantes, entre fluxos e fixos, resistindo a uma produção espetacularizada, artificial, só para turistas. Evita-se tratar, tanto visitantes como visitados, como meros espectadores, pois essa postura não incentiva o encontro entre visitantes e visitados, nem amplia a hospitalidade local e global.

POLÍTICAS PÚBLICAS E PLANEJAMENTO

A contínua integração da economia mundial, que se intensificou no final do século XX, não tem resultado numa redução das desigualdades entre países e regiões. Ao contrário, o acirramento da concorrência tem ocasionado um sensível aumento das disparidades internacionais e, sobretudo, inter-regionais, em que ocorre o enriquecimento dos países ricos e mantém-se a pauperização das regiões mais pobres.

Mesmo no interior das regiões desenvolvidas, assumem uma posição de destaque aqueles locais cujo sistema produtivo encontra-se articulado internamente, e apoiado por uma série de fatores externos que permitem a obtenção de elevados níveis de competitividade nos mercados regionais, na-

cionais ou mesmo globais, mas que também garantam o desenvolvimento local.

A concepção sistêmica do turismo e o desenvolvimento de base local com ênfase na cidadania devem vir acompanhados de um planejamento turístico que assegure o *bem viver com*, no qual a própria comunidade definirá os limites espaciais de interação do visitante, garantindo trocas simbólicas.

Falar em *sistema* pressupõe olhar um conjunto de partes diferentes, unidas e organizadas. A teoria geral dos sistemas afirma que cada variável em um sistema específico interage com todas as outras variáveis desse sistema, e com cada um de outros sistemas, que com ele realizem operações de troca e de interação, explicando e desenhando as configurações aproximadas da dinâmica do real. Não se pode conceber o turismo, portanto, a partir de setores que o compõem, de forma isolada: hotelaria, agências de viagens, transportes, cidadãos, espaços rurais, restaurantes etc. É preciso juntar as partes ao todo e o todo às partes. E por quê? Porque o turismo é um conjunto de partes que produz qualidade e propriedades como destino turístico (lugar, mais serviços, cultura), e a vivência humana, a hospitalidade, o encontro entre os trabalhadores e empreendedores do turismo, e os turistas. O todo turístico organizado produz qualidades e propriedades que não existem nas partes tomadas isoladamente.

O desenvolvimento de base local, por sua vez, pressupõe a participação engajada e efetiva da comunidade residente

nas iniciativas de planejamento, no processo de produção de bens e serviços, e na gestão de um complexo político empresarial. A comunidade tem importância norteadora da forma como o visitante irá apropriar-se do espaço local. A mesma é capaz de apontar o que, para ela, é importante, em termos de lugares, pessoas, memória e histórias, entre outros, e que, portanto, aparecerá como potencialidade turística. Os moradores do local devem ser ouvidos, por meio de metodologias participativas, e respeitados por serem capazes de, muitas vezes, indicar caminhos ao planejador com *seu saber real*.

A questão da importância do Turismo no desenvolvimento regional e microrregional reflete-se no planejamento econômico estratégico do setor, que deve contemplar uma distribuição espacial mais eficiente e justa dos recursos e das atividades econômicas. Nesse sentido, está também intimamente associada à questão da distribuição de renda provocada pela atividade turística.

O desenvolvimento sustentável preconizado por este planejamento só se verifica, de fato, quando a região apresenta externalidades para a instalação de algumas atividades motrizes, tais como disponibilidade de estrutura social básica, proximidade de mercados e determinação de desenvolvimento deste território e dos setores econômicos nele identificados e selecionados, reconhecidos pelos sujeitos e pelos agentes econômicos locais.

Os atributos econômicos do Turismo, se no contexto de políticas públicas atentas a isso, permitem transferir benefí-

cios de uma região mais rica à outra mais pobre, contribuindo para um maior equilíbrio microrregional. Ou seja, elevam as condições de vida das comunidades envolvidas pelos avanços em estrutura e serviços proporcionados pelo Turismo, ao mesmo tempo em que estimulam e favorecem o crescimento de outras atividades provocadas pelos investimentos turísticos, ou seja, o sistema local de produção.

Para garantir o envolvimento da comunidade nesse processo de desenvolvimento, deve haver uma gestão turística que identifique, mobilize e arregimente os agentes institucionais e atores sociais, as lideranças comunitárias, políticas e empresariais da região.

Assim, o planejamento com base local, através de projetos construídos com a comunidade, primando a sustentabilidade ambiental, sociocultural e econômica, mantém a relação das partes formadoras do todo. Ou seja, a valorização e manutenção do meio ambiente, convivendo com a presença do ser humano, o resgate das tradições, dos valores e costumes locais, garantindo, assim, a atratividade turística, e possibilitando a geração de renda, trabalho, novos empreendimentos e, por fim, a melhoria da qualidade de vida.

Este processo de planejamento turístico com base local e metodologia participativa constitui-se em um diferencial: a formação de um produto turístico socialmente justo e incluyente. E, na medida em que interage com os demais atrativos turísticos (museus, centros culturais), setor hoteleiro, rede gastronômica, artesanato, empresas de eventos, comércio e transporte, conforma o sistema turístico.

POLÍTICAS PÚBLICAS E GESTÃO

Uma política pública de Turismo será eficiente e democratizante se for implantada por uma estrutura administrativa leve e economicamente ágil. Mais capacitada, portanto, para ouvir e incorporar a participação do *trade* turístico e da comunidade local.

Para maior eficiência, na busca de uma gestão compartilhada, é indicado organizar e implantar um sistema público de Turismo, cuja composição ideal seria formada por um conselho de Turismo, por fundos de financiamento e por agência de desenvolvimento. Esse sistema teria como função consolidar a imagem da cidade/localidade como um destino turístico qualificado; desencadear um processo de sensibilização da comunidade para o Turismo enquanto fenômeno humano e econômico, e das potencialidades da cidade/localidade para atender a essas demandas.

Outro objetivo seria o de ampliar e aprofundar as parcerias entre o setor público, o privado, a sociedade civil e o cidadão, buscando desenvolver produtos e serviços a partir de uma concepção global dos interesses da cidade, por meio do aporte de conhecimento e tecnologia existentes no mercado, para sua maior rentabilidade. Também é importante buscar, no horizonte de ações, o atendimento aos cidadãos de todas as classes sociais e raízes culturais em suas vivências de lazer.¹⁸

18. Essas políticas formaram a proposta de gestão do Porto Alegre Turismo, Escritório de Turismo, entre 1999-2004.

A gestão realizada pelo Poder Público local deve estimular o turismo urbano e o lazer, tendo cuidado no manejo do ciclo vital do produto (introdução, crescimento, maturidade e declínio), que é a oferta integral dos atrativos do lugar, as facilidades e as atividades programadas no destino turístico, de maneira que possa compensar a adequada prestação de serviços, à medida que sejam solicitados nas distintas fases do ciclo, já que é inevitável que ocorram altos e baixos na demanda.

Hoje, discute-se muito o tamanho do Estado e qual o seu papel. Práticas neoliberais têm indicado que o Turismo seria um dos setores a ser totalmente entregues à iniciativa privada, alegando, entre outros, as trocas periódicas de gestores a que o serviço público está sujeito, levando a quebras de continuidade de projetos e ações. Os que defendem a presença pública na sua gestão, segundo Mário Beni, colocam como razões

[...] os ganhos com câmbio de moeda estrangeira e sua importância na balança de pagamentos; a criação de empregos e a necessidade de prover educação e formação de recursos humanos; o fato de o turismo ser uma atividade extensa e fragmentada a exigir uma coordenação cuidadosa do seu desenvolvimento e do seu marketing; a necessidade de maximizar os benefícios para a comunidade local; a necessidade de distribuir os benefícios e custos de forma equitativa; construção da imagem do país como um destino turístico; regulamentação do mercado, de forma a proteger os consumidores

e a evitar a concorrência desleal; oferecimento de infraestrutura e bens públicos, como parte do produto turístico; a necessidade de proteger os recursos e o meio ambiente; a necessidade de normatizar os aspectos do comportamento social, como por exemplo, os jogos de azar; a necessidade de monitorar o impacto da atividade turística através de levantamentos estatísticos.

Ainda segundo Beni, no contexto da União Européia, por exemplo, pesquisa entre os Estados-membros indicou uma série de ineficiências do mercado, que os respectivos governos estão tentando superar por meio de políticas públicas,

[...] entre elas desenvolvimento do turismo como um bem comum que beneficie coletivamente muitas empresas; o apoio ao setor pouco desenvolvido, como parte da política regional (incluindo áreas periféricas), na qual a viabilidade comercial requer apoio do setor público através do fornecimento de infra-estrutura essencial e incentivos financeiros; melhoria do produto turístico, através da implementação de medidas como programas de *benchmarking* de boas práticas e treinamento para trabalhadores em turismo; e incorporação do conceito de sustentabilidade e crescimento equilibrado no turismo, ao se dar o tratamento devido às dimensões culturais e ambientais do turismo¹⁹.

19. BENI, texto inédito.

Em termos de gestão, o princípio aplicado é o da *delegação de autoridade*, que defende que as decisões sejam tomadas no nível mais baixo de autoridade, de forma a atender melhor às necessidades locais. Permaneceriam de responsabilidade da União Européia as pesquisas e estatísticas, a colaboração em termos de formalidades de fronteiras e as melhorias na estrutura de transporte, juntamente com a promoção da imagem coletiva.

TURISMO NO ESPAÇO URBANO

Na década de 1990, frente à acentuada ameaça de decadência e deterioração do território urbano, teria havido uma busca de soluções apoiadas na maior disponibilização de serviços, na acessibilidade e, especialmente, na capacidade de inovação e criatividade da comunidade local, de maneira que esta fosse capaz de elaborar novos produtos urbanos. Esses produtos, somados à potencialidade do lugar, impulsionariam o processo de desenvolvimento integral, regional e municipal.

Novas funções se sobreporiam às já existentes, mantendo-se a cidade primária original como um todo coerente. A evolução dos componentes do sistema socioeconômico estabeleceria uma sinergia que envolveria os demais elementos urbanos e afetaria as estruturas político-institucionais, permitindo que o turismo passasse a ter papel estratégico na valorização do local.

A postura democratizante de cidadania, nesse contexto, requer uma melhor relação entre os funcionários dos setores

públicos e o privado, na busca de objetivos comuns para a cidade. É necessário estabelecer processos de descentralização, nos quais as decisões dos cidadãos imponham maior exigência e capacidade das autoridades no aproveitamento das circunstâncias favoráveis, planejando algumas estratégias orientadas a incrementar as possibilidades econômicas e a reestruturação urbana local.

Cada vez mais, os planos de desenvolvimento integral das cidades incorporam objetivos relacionados ao Turismo e ao Lazer, uma vez que, como mostram experiências internacionais, proporcionariam repercussão na estrutura econômica por sua capacidade de fortalecer a pequena e média empresa. Há, também, o dinamismo da demanda manifestada pelos moradores e visitantes, pela implantação de estratégias de mercado que levem à criação de novos produtos turísticos urbanos, de lazer. Isso seria importante para qualificar a programação das atividades de lazer, no âmbito cultural, recreativo, desportivo e em outros âmbitos, contribuindo para a qualificação do bem viver dos cidadãos e criando uma aura positiva e incentivadora na cidade.

A cidade que procure buscar no turismo novos aportes sociais, culturais e mesmo econômicos, deve ter como objetivos, em suas políticas públicas de Turismo:

- Que elas sejam instrumento de desenvolvimento econômico e social, isto é, não devem ter um fim em si mesmas.

- Que elas contribuam para a qualidade de vida da comunidade local e, em consequência, dos turistas.
- Que ela legitimem seu valor social ao se tornarem uma estratégia de defesa do meio ambiente e das manifestações culturais locais, a partir da ação tanto dos visitantes como dos moradores.
- Que elas impulsionem o surgimento de novos atores locais e, conseqüentemente, de novos valores, crenças e desejos, de modo a que eles se constituam em fortalezas para o turismo local, apoiando a criação de uma oferta diversificada.
- Que o selo da identidade local, agregado ao destino, seja garantido não por certificações exógenas, e sim pela qualidade cultural local, pois cada cultura faz melhor do que as demais aquilo que lhe é de autoria.

As condições básicas para desenvolver o turismo urbano exigiriam a construção de um imaginário positivo da cidade, expresso, antes de tudo, na qualidade de vida dos moradores em termos de educação, limpeza pública, saneamento, presença de espaços verdes, de áreas de lazer públicas, marcando um bem viver que encaminhe o bem receber.

Esta imagem será complementada se houver fácil acessibilidade à cidade por quem a visita, e a presença de uma gestão política, no caso brasileiro, marcada pela transparência e honestidade no trato do bem público. Um imaginário que exalte a qualidade de vida orienta a própria auto-estima local, e assim encaminha o padrão de comportamento do

segmento do mercado selecionado, influenciando decisões de viagem. Mas o imaginário sobre um local só se sustenta se, além da existência de atrativos naturais e culturais, houver originalidade pela presença do poder local de cidadania, exercitando a sua diferenciação, o seu heterogêneo, a sua cultura tradicional.

As cidades têm uma grande quantidade de funções e serviços que podem constituir-se em produtos, como a sua infra-estrutura e também as atividades recreativas que ofereçam, que podem cumprir com os objetivos de atender ao lazer da comunidade e servir aos visitantes. Desse modo, os investimentos urbanos serão reforçados, incrementando a atratividade geral da cidade.

TURISTA CIDADÃO

A cidadania, se associada ao Turismo, encaminharia outras possibilidades de construção do sujeito histórico, aquele em condições de se expressar e de se apropriar das suas circunstâncias espaciais e temporais, seja como sujeito histórico urbano, seja como sujeito histórico planetário. A contribuição do Turismo viria na contramão dos meios de comunicação, que levam a um encolhimento da esfera pública, permitindo justamente que as pessoas voltem a frequentá-la, reaprendendo a ali exercitar sua voz.

No que se refere ao sujeito urbano, para que aja positivamente em sua cidade, é necessário, primeiro, que as políticas

públicas locais priorizem a descentralização dos processos de decisão. As representações políticas tradicionais, como os executivos e legislativos locais – prefeitos e vereadores –, sozinhos, já não dão conta da governabilidade.

O Ministério do Turismo, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, fala, por exemplo, em instância de governança regional, como a organização representativa do Poder Público, do setor privado e da sociedade civil organizada dos municípios componentes das regiões turísticas. Ela pode se constituir por meio de conselhos, fóruns, comitês, associações, nos quais a presença ativa dos cidadãos é fundamental. A governança regional seria responsável pelo planejamento e execução do processo de desenvolvimento do turismo, em âmbito regional, bem como pela tomada de decisões políticas, econômicas e sociais inerentes a esse processo.

Onde os sujeitos participam ativamente, as suas decisões impõem uma maior exigência sobre as políticas locais, o que significa que as autoridades devem ter capacidade de aproveitar tais circunstâncias favoráveis no planejamento das estratégias orientadas a incrementar as possibilidades econômicas e a reestruturação urbana local, entre elas o Turismo. Muitas cidades brasileiras, hoje, seguem o exemplo pioneiro de Porto Alegre, por meio do Orçamento Participativo. Outras realizam fóruns e congressos, como sugere o Estatuto da Cidade.

A participação, entretanto, só se dará se os sujeitos compreenderem e dominarem os processos envolvidos e a realidade concreta dos espaços onde elas se dão. No caso do

Turismo, é necessária a compreensão deste fenômeno e do que a comunidade pretende dele. No caso do turismo no espaço urbano, é preciso conhecer esta cidade.

Enquanto segmentação, o turismo urbano se refere justamente à modalidade de Turismo na qual a cidade é o destino e a motivação fundamental do deslocamento. O novo conceito de turismo metropolitano incorpora produtos variados, como as paisagens e as novas funções recreativas, produtivas e simbólicas que se desenvolvem no espaço da cidade. Essa multiplicidade de produtos, serviços e funções turísticas atende a uma demanda em permanente mudança. É importante assinalar que esta conceituação metropolitana de turismo, segundo Rebolo (1998), não está necessariamente relacionada com a escala e a quantidade de habitantes, como tradicionalmente era caracterizada, mas se refere a lugares em que a amplitude de possibilidades se dá pela capacidade de comunicação, de implantação de tecnologias, nos ambientes diversificados, nas comunidades receptoras, estendendo suas possibilidades de abertura a um mundo cada vez mais globalizado.

O turismo urbano está em franco desenvolvimento em algumas cidades reconhecidas como atrativas: Rio de Janeiro, São Paulo, Nova York, Paris, Madri, Roma, Amsterdã e Tóquio, entre outras, as quais são consideradas destinos clássicos. Entretanto, Barcelona, Sevilha, Los Angeles, Munique e Seul têm trabalhado para serem sedes de eventos internacionais, como as Olimpíadas, outorgando-se, assim, uma imagem internacional qualificada como destinação turística.

Mas o turismo urbano pode ter significado também para os moradores da cidade em duas interfaces importantes, que têm sido chamadas de *turismo cidadão*, por algumas cidades brasileiras que as têm praticado e incentivado.

TURISMO E CIDADANIA

Retomando os conceitos até aqui propostos, a reflexão pressupõe que o crescimento das cidades é parte dos fenômenos contemporâneos. Os espaços urbanos alimentam-se da fragmentação e da diversidade, colocando-se em tensão com os processos de homogeneização incentivados pela globalização das tecnologias e do sistema econômico, em especial, nas cidades maiores.

A tensão homogêneo-fragmentado, no território urbano, acentua outra marca da cidade, o fato de ela constituir-se por fixos – praças, edifícios, monumentos – e fluxos, na forma de idéias, comportamentos e culturas que movimentam e marcam o seu território. Criam-se, no tecido urbano, novos textos, com códigos que devem ser decifrados e compartilhados pelos usuários das cidades.

* As pessoas, moradoras ou usuárias das cidades, fazem parte dos fluxos que percorrem esses espaços. Colocar os moradores das cidades em movimento – assumindo sua condição de fluxos – para fora de suas práticas rotineiras será uma prática a ser incentivada, num mundo marcado pelos novos nomadismos. Este movimento irá transformar as pes-

soas em *turistas*, que irão, no deslocamento, apropriar-se com maior competência dos espaços e situações, num novo exercício de cidadania.

Para o cidadão turista, os fixos que compõem a cidade deixam de ser desconhecidos. O território torna-se familiar e, nele e com ele, constrói-se relação de pertencimento e identificação, pois se passa a compartilhar seus códigos e, de posse dos mesmos, a situar a própria subjetividade em relação aos fixos presentes no urbano.

Trata-se, assim, do conceito de *turista cidadão*, envolvendo o habitante que desenvolve um relacionamento diferenciado com o local onde mora no seu tempo de lazer, quebrando o modelo existencial da sociedade industrial criticado por Jost Krippendorf (trabalho – moradia – lazer – viagem), de acordo com o qual o lazer – as práticas sociais capazes de restabelecer o equilíbrio físico e emocional do sujeito contemporâneo – só seria possível em lugares distantes da própria residência.

Por outro lado, falar em *turista cidadão* seria avançar no conceito, e supor o sujeito formado e politicamente atuante nessas práticas. O sujeito que entendeu os fixos precisa apropriar-se dos fluxos, neles compreendida a sua própria situação de sujeito em trânsito, para nela colocar subjetividade, aprendendo a expressá-la no mundo, como proposto por Manzini-Covre.

Em ambos os casos, a grande metodologia desencadeadora dos processos seria o *estranhamento*. Essa metodologia implicaria incentivar a leitura do não-verbal como uma es-

tratégia de destruição, na cidade, do seu sistema de ordem, estabelecido ante olhares sem inquietação. A destruição da ordem dada seria *capaz de produzir um afastamento da cidade como espaço cotidiano rotineiro e ao qual se está habituado. Não é possível ler o que não se consegue estranhar. Essa distância estratégica entre o usuário leitor e seu espaço diário na cidade permite-lhe ler, ver e descobrir.*

As técnicas que colocam esta metodologia em prática têm variado de cidade para cidade, como mostram algumas propostas brasileiras. Curitiba, Fortaleza e Camboriú, por exemplo, realizaram experiências com o *cidadão turista*. Porto Alegre talvez tenha avançado, ao buscar a idéia de cidadania turística como norteadora de políticas públicas mais amplas.

Começando pela experiência de Curitiba, em fevereiro de 2003, o prefeito Cássio Taniguchi declarava:

Uma cidade só é boa para o turista se for boa para o seu cidadão, mas o turista só recomenda e volta à cidade se houver receptividade e bom atendimento. O planejamento voltado ao cidadão transformou pedreiras em parques e fez do sistema de transporte um exemplo para o Brasil e o mundo. A vocação turística daqui é proporcional à satisfação que o curitibano tem de cuidar de sua cidade e tê-la como extensão de sua casa.

O curitibano que se apropria dos fixos da cidade, como o complexo de entretenimento da Pedreira ou dos parques,

faz parte de uma política de planejamento urbano que, segundo Taniguchi, vê Curitiba como:

[...] o centro de uma metrópole, com gestão compartilhada de lixo, com transporte integrado, com preservação de mananciais. Tudo aquilo que atrai o turista em Curitiba atrai, primeiro, a própria população. Curitiba continua investindo para melhorar os postos de informações, materiais de divulgação e desenvolvendo programas de qualificação profissional.

Na mesma linha, em Fortaleza, o secretário de Turismo Henrique Sérgio Abreu declarava, no início de 2006: “A prefeitura me deu o plano de gestão para a cidade com uma orientação muito firme, que era fazer um turismo cidadão, de valorização do habitante da cidade. Um turismo em que a receita gerada seja revestida em prol da população, do motorista, do artesão, do guia”.

Para realizar essas propostas, Abreu explica que:

[...] inauguramos há pouco tempo, em parceria com o *Convention Bureau*, o passeio Conheça Fortaleza a Pé. É um passeio pelo Centro em que está pintado no chão de verde o caminho que o turista deve fazer. Toda vez que ele chega à frente de um prédio que tem importância para a história da cidade – não precisa ser um prédio histórico – está escrito no chão o número. Em um

mapa há a foto do prédio e uma descrição em inglês e em português do que é.

A proposta de Fortaleza, centrada nos fixos, não estimularia os fluxos, pois, segundo a mesma fonte, trata-se de uma atividade que “não é de massa. A diferença nossa, de como o Poder Público faz, é que existe um transporte público gratuito que circula pelos hotéis”, mas o fortalezense “não tem o transporte de graça. O transporte é para o turista. Mas ele tem acesso ao mapa, percorrer o caminho e conhecer. É até recomendável que as escolas façam com estudantes. É algo bastante instrutivo e interessante que se faça”.

Para o secretário, na mesma entrevista, a cidadania seria incentivada, também, na apropriação da história local, associada aos fixos:

Vou dar um exemplo bastante emblemático: o Brasil todo conhece Diamantina, Tiradentes e a Inconfidência Mineira. Mesmo aqui, no Ceará, poucos conhecem a Praça dos Mártires, que chamam erroneamente de Passeio Público, a Confederação do Equador, Bárbara de Alencar e Padre Ibiapina, ambos fuzilados na Praça dos Mártires. E poucos sabem disso. As crianças, nossos alunos, não são levados para lá. Só que nós estamos reordenando isso. Eu sempre repito que uma cidade que é boa para se morar é ótima para se visitar. Então, nosso trabalho não está no turista. O foco está no cidadão.

A proposta da cidadania aliada ao turismo, da Prefeitura de Camboriú, fez parte de um projeto que recebeu o *Top de Marketing* catarinense, em 2004. A ação pública objetivava, em avaliação do secretário de Turismo e Comércio, Osmar de Souza Nunes Filho:

[...] qualificar a cidade para bem atender turistas e elevar a qualidade de vida dos moradores, investindo em educação, em saúde, em infra-estrutura urbana, na preservação ambiental e nas políticas sociais. Hoje, cada agente público, empresário, servidor municipal e munícipe deve perceber claramente o seguinte conceito: em Balneário Camboriú, cada turista deve ser aceito como um cidadão muito especial, e cada cidadão deve ser tratado como se fosse um turista muito especial.

Pensar o Turismo não só sob o olhar dos visitantes, mas também dos residentes, fez parte, ainda, de propostas de desenvolvimento de Porto Alegre. O Plano de Ação de 1999 incluía, entre seus públicos preferenciais, os residentes da cidade, sempre que estes, saindo de suas rotinas espaciais e temporais, exercitavam o seu estranhamento em relação a ela. O Plano de Ação partia do pressuposto de que uma cidade como Porto Alegre possuiria um espaço urbano e práticas culturais que, por sua complexidade, poderiam ser desconhecidos e estranhos para os próprios porto-alegrenses.

A proposta de Porto Alegre, nos critérios aqui propostos, avançaria do *cidadão turista* ao *turista cidadão*. Como explica a então gestora da proposta, Marutschka Moesch:

O turista cidadão é aquele morador da localidade que vivencia práticas sociais, no seu tempo rotineiro, dentro de sua cidade, de forma não rotineira, onde é provado em relação à cidade. Turista cidadão é aquele que resgata a cultura da sua cidade, fazendo uso do estranhamento da mesma. Este estranhamento inicia no momento em que o indivíduo descobre, no espaço cotidiano, outras culturas, outras formas étnicas e outras oportunidades de lazer e entretenimento. Quando se encontra na situação de turista cidadão, este sujeito aprende a utilizar os espaços ambientais, culturais, históricos, comerciais e de entretenimento com uma percepção diferenciada do seu cotidiano.

* O conceito de turista cidadão, assim, avançaria da simples apropriação dos fixos – mesmo que esta não seja tão *simples* – para integrar os sujeitos aos fluxos não só de mobilidade física no território, mas de adesão aos fluxos de idéias e de outras expressões culturais. Cultura como fluxo pode não significar apenas as expressões locais, mas também aquela que se dá nos fluxos globalizados e globalizantes. Veja-se a notícia sobre Brasília:

Fim de semana *dark* em Brasília. Na sétima edição da festa de *Halloween* do clube Garagem, com exceção da

hostess-pomba-gira Black Maluca, todas as atrações foram “importadas”. Yuri Mix, Danny Colt e integrantes do balé do clube paulistano *Blue Space* repetiram performances que foram sucesso em São Paulo. Mais *barbie* do que nunca, o simpático DJ Dudu Marques (produtor das festas cariocas *Pride* e *DJs at Work*) veio do Rio de Janeiro tocar fogo na casa. Durante o dia, o fortão fez a linha “turista-cidadão” e passeou pelos pontos tradicionais da cidade com o DJ Vilson (residente da Garagem).

Considerar os fluxos, a partir do turismo, significa não só aprofundar laços com a cultura do lugar onde se vive, como vê-lo como espaço qualificado, inclusive, para auto-expressão, na qual se somam identidade e identificação.

Para Moesch, a experiência do turista cidadão, carregada de subjetividade, se expressa, porém, objetivamente nas vivências ocorridas durante o tempo de lazer, no consumo de práticas de entretenimento, cultura e meio ambiente. Esse processo ocorreria por meio do estranhamento da própria cidade, especialmente na percepção estética da paisagem urbana pelo habitante.

A proposta de turismo cidadão, em Porto Alegre, segundo seu Plano de Ação de 1999, incluiu a ação do Poder Público local em parcerias com a iniciativa privada, a sociedade civil e os cidadãos, buscando desenvolver produtos e atividades turísticas a partir da concepção geral dos interesses coletivos, utilizando-se, para tal, o planejamento e o orçamento parti-

cipativo como instrumentos técnico-políticos da organização das vontades coletivas da localidade. Instaurou-se um processo de construção de uma nova postura entre o poder local e o empresariado, numa perspectiva de gestão compartilhada nos encargos financeiros, bem como na definição de programas e produtos de promoção turística.

O pressuposto foi que o desencadeamento do desenvolvimento local exige uma mudança de paradigma na ação do Poder Público frente às políticas que envolvem o Turismo na cidade. Isso porque o setor turístico, para gerar crescimento, deve estabelecer o compromisso de fomentar o desenvolvimento em que políticas públicas de combate à pobreza, geração de trabalho, emprego e renda, com conseqüente melhoria na qualidade de vida, sejam permeadas pela participação das comunidades envolvidas nos projetos turísticos, e na defesa do meio ambiente e dos elementos da nossa cultura. Marutschka Moesch afirma:

Desta forma, o Porto Alegre Turismo realizou, nos seus projetos de incremento à atividade turística na cidade, a negociação solidária entre a tangibilidade do espaço, ou seja, a conservação ambiental, a preservação dos ecossistemas locais, o uso racional dos recursos naturais; e o que no espaço é intangível: a riqueza da diversidade e a heterogeneidade cultural que conforma e singulariza a Porto Alegre.

Ainda segundo Moesch:

[...] foi assumido o desafio de construir, com a participação da comunidade, o projeto de desenvolvimento turístico alternativo a modelos de turismo imediatistas e predatórios, que costumam deixar como saldo perverso a exclusão das comunidades dos processos e, não raro, déficit ambiental e cultural. Como proposta, então, colocou-se a prática de um turismo sustentável, voltado tanto para o turista como para o cidadão, que visa à geração de renda e postos de trabalho, preservação da memória cultural e conservação ambiental, proporcionando, assim, o contato harmônico do ser humano com a natureza e, assim, divulgando a cidade para todos.

Entre as práticas que buscaram alimentar e validar esta política pública estava a do Programa Turista Cidadão, que visava construir um novo olhar sobre a cidade e sua apropriação pelos moradores. Sob este prisma, criou-se o Linha Turismo, para incentivar o redescobrir da poética da cidade em ônibus aberto; o Sistema de Atenção ao Turista – SAT; e os roteiros turísticos diferenciados, todos como uma pedagogia de construção de cidadania e, só depois, das lógicas puramente turísticas. Moesch continua:

A construção de um destino turístico que privilegie a diversidade e a heterogeneidade cultural exige, necessariamente, ações que trabalhem as aprendizagens sociais dos moradores em torno dos saberes turísticos. Para isso, e utilizando os instrumentos de intervenção

do *saber-fazer*, há duas instâncias didáticas de intervenção que podem preparar e organizar as aprendizagens: o Serviço de Informações Turísticas, ao transmitir saberes sobre a cidade, e o Programa Turista Cidadão, que, através da diversidade dos roteiros urbanos propostos, possibilita aos moradores apreender a cidade nas práticas simbólicas experienciadas.

O SAT, como agente de cidadania, amplia uma prática tradicional do turismo, os postos de informação, dando-lhes uma dinâmica maior. Primeiro porque, buscando acompanhar o ritmo da cidade, foi criada a modalidade de atendimento itinerante. Os volantes, todos bilíngües, passaram a prestar informações turísticas em locais de grande circulação, orientando os visitantes e distribuindo mapas e a programação cultural da cidade. Da mesma forma se desenvolveu o equipamento em forma de posto móvel, para apoio a eventos de grande porte, como a Feira do Livro, a Bienal do MERCOSUL, o Fórum Social Mundial e outros, quer envolvessem visitantes ou apenas a população local, como no caso de festas religiosas ou do Baile da Cidade, festa realizada na semana de aniversário de Porto Alegre.

O trabalho foi estruturado a partir de duas bases: as informações produzidas e repassadas e as práticas resultantes dessas informações. As informações resultavam de um trabalho permanente de pesquisa, que, por sua vez, se expressaria nos materiais produzidos, os quais, também por sua vez, se solidificariam no atendimento dado e na imagem construída

pelo cidadão ou visitante acerca da cidade. Dessa forma, o SAT não se resumiria à prestação de informações.

Podemos realizar nossa escolha entre a visão tradicional do atendimento ao público ou pela busca de um novo referencial para definir este atendimento. A agregação do papel pedagógico exige a transformação do profissional educado, simpático, discreto, atencioso e de boa apresentação em um profissional empreendedor, capacitado e agente de transformação (Marutschka Moesch).

Marutschka Moesch ainda acrescenta:

Em tempo de globalização, o turista também se transformou. Quando chega a um destino, ele já domina as informações básicas, o que ele necessita além da informação complementar é ser despertado para os atrativos turísticos da cidade, assim como o cidadão morador necessita estranhar a sua visão da cidade, a fim de promover um re-olhar resultante do conhecimento absorvido. Em síntese, acreditamos que o SAT, ao informar, também ensina, apropria, provoca estranhamento, provoca desejo e promove conhecimento.

Os roteiros diferenciados incluíam, além dos tradicionais roteiros histórico-culturais, roteiros ecológicos e roteiros rurais no espaço urbano; e ainda os roteiros políticos, montados, por exemplo, a partir de visitas a galpões de reciclagem,

com a intenção de que os moradores, nos moldes das aprendizagens dos turistas, ressignificassem seu olhar sobre a cidade, mas, sobretudo, se apropriassem dela por meio de práticas experienciadas, sendo comum que muitos moradores, ao fazerem roteiros como as trilhas ecológicas em morros do entorno, se espantassem pelo ineditismo dessas experiências em suas vidas.

*

Este enfoque da construção de cidadania realizado em Porto Alegre avança ao concretizar a proposta de não se ater, nos seus objetivos, à construção de uma cidadania, mas a buscar, didaticamente, a incentivar a apropriação dos fluxos pelos participantes. Tais ações abriram caminho para que as quatro edições do Fórum Social Mundial, realizadas em Porto Alegre, em eventos que chegaram a reunir mais de cem mil pessoas, acontecessem sem nenhum problema ou constrangimento, pois a população local estava preparada para entender e aderir a esses fluxos de visitantes e de idéias que, por alguns dias, tomaram conta do território urbano.

O *turista cidadão*, assim exposto ao estranhamento, será o sujeito que, ao ampliar as fronteiras territoriais dos seus deslocamentos, será também um cidadão global consciente.

UM OUTRO TURISMO É POSSÍVEL

No início desta reflexão, colocamos como proposta que a cidadania fosse utilizada como uma metodologia para pensar e organizar outros conceitos. Retomando a proposta com os

conceitos de cidadania turística, vamos realizar um exercício para repensar o Turismo enquanto política pública que envolva planejamento, gestão e práticas. A nosso ver, esta seria a forma de avançar na busca de uma prática mais humana e humanizante, rompendo com as práticas pouco sustentáveis do turismo globalizante.

A cidadania como organizadora de conceitos talvez seja, ainda, uma forma de repensar as próprias práticas da viagem.

Se todos viajam, poucos gostam de ser apontados como *turistas*. Mesmo nos discursos acadêmicos, turista é o outro, aquele que tem comportamentos agressivos em relação ao ambiente e à cultura local. O outro fala alto, exige atendimento de maneira pouco educada, quer pagar pouco e receber muito. Nós, quando viajamos, somos sempre bons moços, aqueles que, juízes, miram com olhar reprovador o comportamento alheio.

A cidadania turística é uma maneira de repensar comportamentos e consumos de viagem. Por outro lado, ela também permite contrapor discursos simplistas que pedem o Turismo *apenas* como atividade econômica, cujas questões, das simples às complexas, estariam todas restritas a boas práticas de gestão.

O olhar gestor, sozinho, não tem dado conta de coibir a imposição, ainda colonialista, dominante nas propostas capitalísticas de Turismo, incentivando a concentração de renda, os danos ambientais e as agressões culturais. O olhar pós-colonial, com certeza, não irá nascer nos escritórios das

operadoras internacionais. Este novo olhar irá se constituir, como já vem acontecendo, nos locais onde os danos sejam mais presentes e mais sentidos, desde que as populações se alertem ou sejam alertadas para seus deveres e para seus direitos no Turismo.

Outra ação importante seria não esquecer que, no corpo dos direitos humanos, incluem-se o direito ao lazer e às férias. Ou seja, o Turismo passará a exigir não só políticas públicas que visem a preparar os destinos para receber visitantes, mas também políticas públicas que venham a garantir, mesmo a grupos economicamente excluídos, o exercício e o usufruto do Lazer e, por extensão, do Turismo, como demanda a Carta dos Direitos Humanos da ONU, da qual o Brasil é signatário.

Talvez, quando isso se der – e isso só se dará num contexto de cidadania – deixemos de nos constranger quando alguém nos chamar de *turista*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBERO-MARTÍN, Jesús. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC, 1998.

BRIDGES, Thomas. *The culture of citizenship: inventing posmodern civic culture*. Washington: The Council for Research in Value and Philosophy, 1997.

CAIMINO, Ítalo. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

CAMPOS, Eduardo N. *O lugar do cidadão nos processos de integração*. Belo Horizonte: Mandamentos, 2002.

CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

DEMO, Pedro. *Cidadania menor: algumas indicações quantitativas sobre nossa pobreza política*. Petrópolis: Vozes, 1992.

_____. *Cidadania tutelada e cidadania assistida*. Campinas: Autores Associados, 1995.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Parcerias na administração pública: concessão, permissão, franquias, terceirização e outras formas*. São Paulo: Atlas, 1999.

- FALCONER, Andrés Pablo. *A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão*. São Paulo: Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor, 1999.
- FERRARA, Lucrecia D. *Olhar periférico*. São Paulo: EDUSP, 1992.
- FIGUEIREDO, Ivanilda. *Políticas públicas e realização dos direitos sociais*. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 2006.
- GASTAL, Susana (Org.). *Turismo – investigação e crítica*. Porto Alegre: Contexto, 2002.
- HABERMAS, J. *Mudança estrutural na esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HUYSSSEN, Andreas. Las grandes urbes del siglo XXI, entre lo local y lo global. Andreas Huyssen abrió ayer el debate. *La Nación*. Buenos Aires, 29 ago. 2006.
- ISIN, Engin F et al. *Citizenship and identity*. London: Sage, 1999.
- JAMESON, F. *Sementes do tempo*. São Paulo: Ática, 1997.
- LEVIN, Leah. *Direitos humanos, perguntas e respostas*. São Paulo: Brasiliense/UNESCO, 1985.
- MANZINI-COVRE, M. de Lourdes. *O que é cidadania*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- MEKSENAS, Paulo. *Cidadania, poder e comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.
- MOESCH, Marutschka M. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.
- MOLINA, Sergio. *Conceptualización del turismo*. México: Limusa Noriega, 2000.
- _____. *El pos turismo*. México: Edición del autor, 1998.

- OLIVEIRA, F. A. et al. *Cidades sustentáveis: políticas públicas para o desenvolvimento*. Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2006.
- SALES, Fabiana de Lima. *Patrimônio cultural como insumo para atividade turística e recurso educacional no processo de educação patrimonial: o caso da educação patrimonial no Museu de Caxias do Sul*. Dissertação de Mestrado. Caxias do Sul, UCS, 2006.
- TEIXEIRA COELHO. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.
- WEFFORT, Francisco. Brasil condenado à modernização. In: DA MATTIA, Roberto et al. *Brasileiros: cidadãos?* São Paulo: Cultura Editores Associados, 1997.

Outras fontes

- GIL, Gilberto. Hegemonia e diversidade cultural. Palestra proferida no II Fórum Cultural Mundial. Rio de Janeiro, 27 nov. 2006.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Porto Alegre Turismo – Escritório Municipal. *Modelo de gestão pública do turismo*. Porto Alegre, 2000.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Porto Alegre Turismo – Escritório Municipal. *Política e planejamento. Práticas do Porto Alegre Turismo – Escritório Municipal. Notas para reflexão*. Porto Alegre, 2002.

Internet

- Informações sobre Curitiba. Disponível em: <<http://cidadesdobrasil.com.br/cgien/news>>. Acesso em: abr. 2006.

Henrique Sérgio Abreu: o homem do turismo de Fortaleza. Disponível em: <<http://www.noolhar.com/opovo/paginasazuis/549952.html>>. Acesso em: abr. 2006.

SABINO, Thales. Em Brasília festas sem parar na capital federal. Disponível em: <http://mixbrasil.uol.com.br/mundomix/noites/espec_brasilia/espec_brasilia.asp>. Acesso em: abr. 2006.

SOBRE AS AUTORAS

Susana Gastal é professora do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – RS e do curso de graduação em Turismo na mesma Universidade. Também é professora do curso de Turismo da PUC-RS. Jornalista, tem mestrado em Artes Visuais e doutorado em Comunicação Social, com pesquisa sobre tempo, espaço e imagem na cidade sob o ponto de vista da pós-modernidade, utilizando a semiótica como metodologia de análise. É autora dos livros *Turismo, imagens e imaginários – Coleção ABC do Turismo* (Aleph, 2005) e *Salas de cinema: cenários porto-alegrenses* (Porto Alegre: Unidade Editorial/SMC, 1999); e organizadora dos livros *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer* e *Turismo na pós-modernidade: (des)inquietações* (ambos da EDIPUCRS); e dos livros *Turismo – Investigação e crítica* e *Um outro turismo é possível* (ambos da Editora Contexto). Possui ainda outros livros e vários artigos publicados em livros de outros autores, em especial sobre artes plásticas, cultura, cidade e turismo (com destaque para *Turismo urbano*, da Editora Contexto, e “Postmodernidad