



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Turismo para pequenas localidades – o caso de Paranapiacaba¹

Jeroen Johannes Klink²

Marco Moretto Neto³

Resumo

O artigo aborda as possibilidades de desenvolvimento local através do turismo quando adequado à escala de pequenas localidades e promovido através de ações integradas que valorizam o capital endógeno, colocam a comunidade local à frente do processo, integram os demais atores interessados e preservam a cultura, tradições, memória e patrimônio local como o diferencial que irá atrair os visitantes e conferir personalidade e identidade ao destino. O artigo explora de maneira sintética a experiência recente de revitalização da Vila Inglesa de Paranapiacaba (Santo André, São Paulo) à luz deste novo conceito de turismo para pequenas localidades.

Palavras Chave: Turismo; Desenvolvimento local sustentável; Gestão pública, Poder local

Introdução

O segmento turístico cresce em larga escala e hoje figura entre as maiores indústrias mundiais. O texto a seguir apresenta alguns indicadores de crescimento do mercado turístico e destaca as influências que o segmento pode sofrer neste cenário globalizado.

A tendência a massificação do turismo e conseqüente perda de referências locais crescem em igual proporção a sedução que os atrativos econômicos que a atividade pode proporcionar as cidades e localidades.

¹ Trabalho apresentado ao GT- Interfaces com o Desenvolvimento, a Cultura e o Meio Ambiente do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo. Professor da disciplina Economia e Sociedade Regional do Programa de Mestrado da Universidade Municipal de São Caetano do Sul.
Endereço: Rua Asteca 46, apt 21 – Boa Vista – Santo André – SP – Cep 09190-390
E-mail: jeroen.klink@terra.com.br

³ Mestre em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Dirigente do Departamento de Paranapiacaba da Prefeitura de Santo André, atuando nas áreas de gestão do Patrimônio Histórico, Cultural, Ambiental e Turismo.
Endereço: Rua Uirapuru, 98 – Recanto Suíço – Ribeirão Pires, SP – Cep 09422-010
Email: moretto13@uol.com.br



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Sem a pretensão de comparar o turismo de massas com aquele cuja escala é menor, são apresentadas possibilidades de desenvolvimento através do turismo para pequenas localidades, através de ações integradas que valorizam o capital endógeno, colocam a comunidade local a frente do processo e integram os demais atores interessados. Como exemplo deste modelo, descrevem a experiência realizada na Vila de Paranapiacaba, no município de Santo André, localizado na cidade de São Paulo.

O Turismo no Brasil e no mundo

Nesse início de terceiro milênio o turismo aponta como um dos mais promissores caminhos para aqueles países, regiões e localidades que acreditam e investem nesta atividade, sendo considerado como um grande instrumento de geração de empregos, renda e divisas. O segmento já desponta como uma das maiores indústrias mundiais e em alguns locais ultrapassa segmentos tradicionais como o do automóvel, eletrônico e a petrolífero.(WTO, 2005)

No Brasil, segundo dados divulgados em boletim editado pela Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República, a atividade turística proporcionou a entrada de US\$1,625 bilhão no Brasil, durante o primeiro semestre do ano de 2004. Este resultado foi 46,3% maior do que o gasto dos visitantes estrangeiros no mesmo período do ano anterior, segundo o Banco Central.

“Com isso, o turismo ocupa, em junho de 2004, uma das primeiras posições no ranking das maiores fontes de entrada de dólares, atrás de produtos como grão e farelo de soja e minério de ferro. A diferença entre o que os visitantes internacionais deixaram no país e o que os brasileiros gastaram no exterior nos primeiros seis meses de 2004 resultou num superávit de US\$ 370 milhões, ou cinco vezes maior do que o registrado em 2003.” (Boletim Eletrônico “Em questão” - Nº 217)

Mais do que um simples modismo ou tema do momento, o mercado turístico apresenta previsões otimistas baseadas nas possibilidades de crescimento futuro, bastante promissoras. O Governo Federal, através do Plano Nacional de Turismo, lançou para o setor o desafio de

crescer 15% ao ano. Estratégias para aumentar a taxa média de permanência - hoje de 13,5 dias - e o gasto per capita diário dos turistas, estimado em US\$ 88 pela Embratur, fazem parte desta proposta.

Conforme mostra a pesquisa "Demanda Turística Internacional 2003", realizada pelo Governo Federal com cerca de cinco mil estrangeiros e publicada em agosto de 2004, o volume de estrangeiros que vieram ao Brasil em 2003 é de 4,1 milhões, 8,12% a mais do que o registrado em 2002. A meta proposta pelo governo federal é chegar a 2007 com uma entrada de nove milhões de estrangeiros por ano. Se isso acontecer, o volume dos gastos desses visitantes será de aproximadamente US\$ 8 bilhões - o que certamente colocará a atividade em primeiro lugar na captação de divisas estrangeiras.

O Brasil dá passos iniciais na profissionalização do mercado turístico e apesar do potencial, diversidade e beleza de suas paisagens, ainda apresenta números modestos comparados com outras localidades de maior tradição neste segmento, um indicador de que no país ainda há um bom espaço a ser ocupado neste mercado.

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo, o **continente americano** recebeu, em 2004, 125,83 milhões de turistas. Deste total, América do Norte, com 85,8 milhões de turistas e o Caribe, com 18,2 milhões de turistas são as regiões que receberam mais fluxos de turistas internacionais do continente.

Países da Europa e Estados Unidos ocupam o topo da lista dos principais destinos. A Organização Mundial de Turismo (OMT) apresenta dados que mostram que o número de viagens turísticas no mundo em 2004, foi de 763 milhões. A França aparece como o principal país a receber turistas (75,1 milhões), com alta de 0,1 e porcentagem do mercado de 9,8%. Em seguida vêm Espanha (53,6 milhões) e Estados Unidos (46,1 milhões).

Tabela 1: Ranking dos Países mais visitados :

Pos.	PAÍS	Turistas
1º	França	75,1 milhões
2º	Espanha	53,6 milhões



3º	Estados Unidos	46,1 milhões
4º	China	41,8 milhões
5º	Itália	37,1 milhões
6º	Reino Unido	27,8 milhões
7º	Hong Kong (China)	21,8 milhões
8º	México	20,6 milhões
9º	Alemanha	20,1 milhões

Fonte: WTO, 2005

A evolução do mercado turístico e as cifras que ele apresenta impressionam e motivam várias localidades a investir em equipamentos e serviços turísticos vislumbrando a movimentação econômica que este segmento potencialmente pode gerar. O aumento de investimentos no setor turístico estimula a ampliação de serviços e a implantação de equipamentos e a maior oferta e divulgação do turismo como negócio, impulsiona a demanda e gera um ciclo virtuoso de crescimento da atividade.

Tabela n.º 2 - Chegadas Turísticas Internacionais por Ano no mundo

Ano	Chegadas (milhões)	Taxa de Crescimento
1950	25,3	---
1960	69,3	173,9 %
1970	165,8	139,2 %
1980	287,8	73,6 %
1981	289,9	0,7 %
1982	289,2	- 0,2 %
1983	292,7	1,2 %
1984	320,1	9,4 %
1985	329,6	3,0 %
1986	340,8	3,4 %



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

1987	366,8	7,6 %
1988	393,9	7,4 %
1989	427,9	8,6 %
1990	455,6	6,5 %
1991	455,1	- 0,1 %
1992	475,6	4,5 %
1996	594,1	24,9 %
1997	616,6	3,8 %
2000	681	10,44 %
2001	680	-0,15 %
2002	700	2,94 %
2003	690	-1,43 %
2004	763	10,58 %
Fonte: WTO, 2005		

No entanto é necessário distinguir os conceitos de crescimento e desenvolvimento da atividade turística em certas localidades, evitando-se enganos provocados por olhares míopes que ao considerar dados estatísticos, especialmente os de âmbito econômico, deixam de abordar uma dimensão muito maior do turismo que envolve ainda aspectos culturais, sociais, ambientais, entre outros. É preciso encarar o turismo como uma atividade complexa, plural, integrada, interdependente, sistêmica e consciente de que não pode ser realizada com impacto zero, só desta maneira torna-se possível o desenvolvimento da atividade e a sua sustentabilidade.



Possibilidades de desenvolvimento turístico

A Organização Mundial do Turismo – OMT, adota o conceito de turismo desenvolvido por Oscar de La Torre, em 1992, que considera “*O turismo como um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.*”

Este conceito destaca, além do aspecto econômico, a importância dos aspectos sócio-culturais no desenvolvimento turístico das regiões e localidades.

Com a globalização é crescente a integração da economia mundial, onde os países se submetem às novas regras de mercado para integrarem-se nas redes econômicas mundiais. Por outro lado a integração econômica mundial, que poderia teoricamente proporcionar a redução das desigualdades sociais, apresenta na prática reflexos como o acirramento da concorrência e ocasiona um sensível aumento das disparidades internacionais e, sobretudo entre regiões e localidades.

A centralização do poder político e econômico leva ao divórcio entre nossas necessidades e o conteúdo das decisões sobre desenvolvimento econômico e social (Dowbor, 1999).

Os impactos da globalização podem ser percebidos não apenas no plano econômico e social, mas a globalização cultural também se manifesta com a introdução de elementos típicos da cultura dos países que dominam a economia mundial nos demais países que compõem a rede.

De acordo com Martins (2002), “*o termo desenvolvimento tem sido associado à noção de progresso material e de modernização tecnológica. Sua promoção, mediante o desrespeito e a desconsideração das diferenças culturais, da existência de outros valores e concepções, já teria funcionado como “Cavalo de Tróia”, que, vestido da sedução do progresso, teria carregado em seu interior o domínio e a imposição culturais que desequilibram e abalam as sociedades.*”



Não se trata de destacar o papel positivo ou negativo da globalização da atividade turística no desenvolvimento das cidades e localidades, mas apontar a importância da condução política deste processo e a influência do território e da territorialidade na sustentabilidade das ações. Neste sentido, vale destacar que nas regiões cujo sistema produtivo se encontra mais articulado internamente e apoiado por uma série de fatores externos que se obtém níveis mais elevados de competitividade nos mercados globais.

Essa constatação denota um fenômeno aparentemente contraditório da globalização: o fortalecimento do papel das regiões como também o de espaços localizados.

Este é o paradoxo que vivemos: quanto mais o mundo se globaliza, mais buscamos por ancoras locais. Portanto é aí que surgem novas oportunidades e formas mais ambiciosas do que se pode fazer no plano local, em termos de um aproveitamento racional dos recursos naturais e humanos, de inserção regional mais proveitosa, de criação de uma cultura local.

Atualmente o turismo faz parte do composto econômico de diversas cidades e localidades e a atividade turística que surgiu como um privilégio aristocrático, à medida que se desenvolveu e cresceu, deixou de estar acessível apenas aos mais ricos e passou a estar ao alcance de um segmento social mais amplo.

O objetivo deste texto não é criticar o turismo que siga os padrões globais e de massa, mas apontar como pequenas cidades e localidades podem usufruir das vantagens de inserir o turismo no seu composto econômico, gerando renda e emprego, inserindo a população local como parceira na condução deste processo, e garantir a sustentabilidade com equilíbrio do desenvolvimento social, econômico, cultural e ambiental.

Esta forma de desenvolver o turismo apoiado em redes locais segue uma tendência atual das políticas desenvolvimentistas que se alicerçam a partir de uma complexa trama social que envolve os atores interessados que interagem em busca do equilíbrio das ações.

Quando a sociedade, um mix complexo e heterogêneo de indivíduos e organizações, assume as rédeas deste processo, a possibilidade de contemplar interesses diversos é ampliada. Pois, não basta apenas buscar o desenvolvimento econômico, sem que haja também desenvolvimento social, preservação do meio ambiente, e das características culturais e históricas de um povo.



O conceito de desenvolvimento é ampliado e passa a ser entendido como a apropriação efetiva de todos os direitos humanos, políticos, sociais, econômicos e culturais, incluindo-se o direito ao meio ambiente (Sachs, 2002).

O Pequeno turismo como um grande negócio

Segundo Barreto (1995) o turismo impacta, de forma direta ou indireta, cerca de 53 itens da economia de uma localidade e havendo um gasto médio diário por turista de cerca de US\$ 77,09 (setenta e sete dólares e nove centavos), esse dinheiro irá entrar no mercado local causando um efeito multiplicador, ou seja, uma sucessão de despesas que tem origem no gasto do turista e que beneficia os setores ligados ao turismo, repercutindo, finalmente, no Produto Interno Bruto – PIB – local.

Com o efeito multiplicador o dinheiro do turista irá incrementar a renda em circulação na economia localo orçamento local, proporcionando benefícios para a comunidade. A condição básica para que este ciclo virtuoso se materialize é a presença de uma visão responsável do turismo, aonde a comunidade local não seja somente espectadora do processo de mudança, mas sim agente deste.

Este modelo de desenvolvimento local foi conceituado por Ávila et alii (2001) traduzindo-o como o rompimento do status quo de vida de uma comunidade, no sentido de ela mesmo, através de uma cultura de solidariedade e da colaboração ativa de atores externos e internos tornar-se paulatinamente apta a agenciar e gerenciar o aproveitamento dos potenciais próprios e uso dos insumos públicos e privados visando à processual busca de soluções para os problemas, necessidades e aspirações, de toda ordem e natureza, que mais direta e cotidianamente lhe dizem respeito.

Percebe-se que a participação da comunidade no processo de desenvolvimento turístico vai além de poder atuar diretamente em diferentes serviços que possam em um primeiro momento lhes proporcionar oportunidades de trabalho e renda, mas também fica sob responsabilidade da população local a divulgação de suas riquezas culturais, permitindo fornecer à destinação uma personalidade, uma identidade local.



Um turista quando viaja busca diferenças, diferenças de sua localidade, de seus hábitos e costumes. Cada destinação possui potencialmente uma marca própria, uma peculiaridade que a torna diferenciada das demais e que, por isso, a torna um atrativo. Cabe, então, à própria comunidade re-inventar e repassar os valores e patrimônios de sua terra para quem os visita, imprimindo assim o seu diferencial.

Este processo endógeno rompe com a antiga mentalidade que o progresso só acontece por iniciativas e modelos que sejam externos, exógenos, e implica a quebra de um paradigma que se formou através dos tempos vindo da ideologia capitalista, de concepção “mecanicista-fragmentária”, para um outro de concepção “holística-integrada” (CAPRA apud MARTINS, 2002:57).

O desenvolvimento do turismo em pequenas localidades muitas vezes parte de idéias simples, que fazem parte da rotina local e de tão comuns, passam quase despercebidas pelos indivíduos ali residentes. No entanto, para o turista, interessado em sair da sua rotina e emergir em uma outra paisagem, com outros ritmos, culturas, hábitos, costumes, etc... as pequenas coisas desprezadas pelos moradores do local que visita são de grande interesse. É nelas que se encontra a essência do local, pequenos detalhes que conferem diferenciais a cada localidade e despertam a atenção de turistas atentos e interessados em entrar em contato com outras possibilidades que não sejam padrões homogêneos e meramente comerciais.

Há espaço para evolução tanto do turismo de massas que atende aqueles que se sentem felizes consumindo produtos formatados e embalados com artifícios mercadológicos para atender desejos e sonhos de consumo, como para o turismo de pequena escala, próprio para pequenas localidades, que atende outro padrão de visitantes interessados em conhecer outros *modus vivendi* e que buscam um contato mais próximo com o local visitado e tratamentos mais personalizados.

A demanda existe, no entanto o caminho para atingirmos um estágio onde a oferta seja adequada ainda é longo. Nas pequenas localidades onde se pretende desenvolver o turismo é preciso exercitar o olhar para si próprio e buscar condições para que os diversos atores locais estabeleçam um pacto cidadão e atuem de forma participativa, conjunta e solidária, valorizando a si próprio e seu território.

Martins (2002), explicita um conceito de desenvolvimento que destaca a importância da base territorial: *O verdadeiro diferencial do desenvolvimento local não se encontra em*



seus objetivos (bem-estar, qualidade de vida, endogenia, sinergias, etc), mas na postura que atribui e assegura à comunidade o papel de agente e não apenas beneficiária do desenvolvimento (...). Implícita no conceito de desenvolvimento local está obviamente uma questão de escala territorial. Quando se fala de “local”, está-se referindo à escala das inter-relações pessoais da vida cotidiana, que sobre uma base territorial constroem sua identidade.

O que diferencia o produto turístico dos demais encontrados no mercado e que configura as suas principais características é a intangibilidade, a não possibilidade de estocagem e conseqüentemente a não possibilidade de troca. Portanto agregar a este produto um sentimento de pertença e uma territorialidade conferem a ele um grande diferencial em um mercado homogêneo.

A elaboração do produto turístico em pequenas localidades deve partir de dentro para fora, todavia é claro que deve existir a participação e o trabalho de agentes externos, ou técnicos que podem contribuir e apontar caminhos dentro daquilo que conhecem, no entanto, é a comunidade que deve romper as amarras que as prendem a seu *status quo* de vida e através do afloramento de suas capacidades, competências e habilidades possa agenciar e gerenciar seu próprio desenvolvimento, sabendo discernir o que lhes servem ou não desta contribuição externa, sendo protagonista do seu próprio destino.

A experiência de gestão do patrimônio natural, histórico, arquitetônico e cultural da Vila de Paranapiacaba

A Vila Ferroviária de Paranapiacaba, situada no ABC Paulista na cidade de Santo André, foi implantada em 1867 para servir como moradia dos funcionários e base para as atividades desenvolvidas pela São Paulo Railway Company, companhia inglesa responsável pela construção da ferrovia que ligava Jundiaí ao porto de Santos, para escoamento da produção cafeeira. A concessão termina em 1946, e a estrada de ferro, seus equipamentos e os imóveis instalados na Vila (em torno de 350 na parte baixa) passam a ser administrados pela RFFSA.

Com o declínio do transporte ferroviário em todo o país, a vila passa por um processo de degradação física e com a ausência de empregos e renda, muitos ferroviários abandonam as casas. Especialmente a partir da década de 1970, a Vila passa a ser uma área



periférica próxima aos municípios do grande ABC e procurada por pessoas de baixa renda, que não tinham condições de pagar aluguel, luz e água. Essas mudanças criam um novo perfil de moradores, divididos entre os antigos ferroviários e os não-ferroviários, sem vínculo histórico com a Vila.

A ausência de uma atuação efetiva do poder público ao longo das últimas décadas, e o isolamento e a falta de atividades econômicas na Vila criaram um cenário favorável para uma série de problemas sociais: a apropriação dos imóveis por lideranças locais, que loteavam a Vila e impunham o pagamento de taxas em benefícios próprios, o aumento da criminalidade, alto índice de alcoolismo, violência doméstica e desemprego. Além disso as intervenções no patrimônio edificado através de construção de diversos anexos e “puxadinhos” acentuou-se neste período, provocando a descaracterização de boa parte do conjunto tombado pelos órgãos de defesa do patrimônio histórico nos níveis municipal, Estadual e Federal.

Fases do Programa e Resultados Alcançados

Segundo Moretto (2005), a partir do momento em que se instala na Vila de Paranapiacaba uma unidade administrativa (Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense) e se inicia o processo de reconversão econômica tendo como eixo o turismo, várias mudanças podem ser observadas nos aspectos físico-sócio-econômico e comunitário local. Esta afirmação baseia-se em pesquisa realizada com de 381 pessoas, moradores da parte baixa da Vila de Paranapiacaba. Na entrevista foram coletados dados do entrevistado e das demais pessoas que residem no mesmo domicílio. Para complementar os dados deste levantamento que concentrou-se em aspectos mais quantitativos, foram entrevistadas dez lideranças reconhecidas para obter informações qualitativas e investigar a qual percepção de mudança que possuíam. No relatório conclusivo desta pesquisa são apresentados os dados abaixo descritos.

Em 2001 a Prefeitura de Santo André, cria e instala uma unidade administrativa dotada de quadros e recursos para a Administração local da Vila de Paranapiacaba e região: a Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense.



Desde então a Vila de Paranapiacaba passou por um processo intenso de mudanças desencadeado pela proposta da Administração Municipal de ter atuação mais presente, instalando uma unidade administrativa no local. A seqüente aquisição de parte da Vila de Paranapiacaba, em janeiro de 2002, que passa a ser patrimônio municipal, permite a implantação de uma série de políticas para o desenvolvimento sócio-econômico local e o envolvimento dos moradores neste processo que tem como eixo o turismo.

Estes atos desencadeiam um processo de transformações que iniciam pela implantação de uma forma de gestão que se diferencia dos modelos até então existentes na Vila de Paranapiacaba. Tanto na época de domínio inglês como no período em que esteve sob responsabilidade da Rede Ferroviária Federal, a gestão se deu de maneira centralizada, verticalizada, em muitos momentos com o centro de decisões distante e distanciado das necessidades locais e onde os moradores atuavam apenas como sujeitos passivos.

A Administração Municipal apresenta proposta de gestão democrática e participativa que traz os moradores para a linha de frente das decisões locais, atuando como protagonistas do seu destino. Uma gestão que não se constrói de forma centralizada, mas ancorada em redes que envolvem os diversos atores locais e cujo centro de decisões está na própria Vila de Paranapiacaba, com envolvimento do Poder Público e dos moradores de maneira organizada. No entanto, a implantação deste novo modelo de gestão encontra barreiras que exigiram dos condutores revisões no processo e habilidades para transpô-las. Estas dificuldades passam pela descrença dos moradores em relação às ações do Poder Público, durante muito tempo ausente na Vila de Paranapiacaba e pelos rompimentos de privilégios estabelecidos ao longo dos anos, provocando o descontentamento em relação às ações da Administração Pública por parte daqueles que usufruíam benefícios com o estado de desordem física e institucional encontrado na Vila de Paranapiacaba.

Há também conflitos que surgem a partir de novas práticas locais. A ampliação dos canais participativos favorece o diálogo com o Poder Público, mas acirra as disputas internas entre lideranças já estabelecidas e novas lideranças que surgem (Moretto, 2005).

A Administração Municipal também herda o ônus de gerir os imóveis em alto estado de degradação e ocupados irregularmente adotando medidas impopulares como a remoção de invasores e a regularização de uso dos imóveis, estabelecendo-se a cobrança de aluguéis e a responsabilidade de manutenção do imóvel (Moretto, 2005).



Do ponto de vista da constituição social local, encontrou-se uma comunidade desorganizada, desagregada e socialmente vulnerável, com altos índices de dependências químicas, desemprego e baixa qualificação para o trabalho, isolada geograficamente e distante dos centros comerciais e postos de trabalho, com diversos conflitos internos, pouco habituada ao diálogo e construção coletiva, com pouca percepção do espaço em que atua e do ambiente (natural, físico e social) em que está inserida e cerceada por leis de preservação patrimonial e ambiental que restringem suas ações.

Estes são alguns dos ingredientes indigestos que compõem o quadro que deveria ser enfrentado pelos gestores públicos locais quando assumem a responsabilidade pela condução de um programa tão ambicioso em Paranapiacaba.

Convocou-se a comunidade local e os demais atores envolvidos com a Vila de Paranapiacaba, para conhecer e participar da elaboração do Plano Patrimônio, um processo que ocorreu de maneira rápida e simultânea a implantação de algumas ações que estavam sendo desenhadas. O momento era de muita incerteza e descrença, dificultando a implantação de um processo participativo mais amplo. A Administração Municipal apostou que as ações concretas lhe credenciariam e ampliariam as oportunidades de participação local. De qualquer forma, instrumentos e espaços de participação, como o Conselho de Representantes, orçamento participativo e as Câmaras Técnicas, entre outros, foram criados para garantir o acesso a participação.

A criação de espaços participativos e de decisão conjunta estimulou o surgimento de novas lideranças e ampliou o diálogo da comunidade com o poder público. As novas lideranças conquistam espaços e articulam grupos e segmentos que passam a se organizar. Hoje a Vila de Paranapiacaba não se expressa através de uma única voz e além de ampliar internamente a representação da diversidade de interesses local, externamente está representada em diversas instâncias, grupos e entidades, na cidade e fora dela. No entanto os conflitos internos ainda são acirrados e a necessidade de mediação do Poder Público é constante. Um exemplo que podemos citar é a disputa por espaço entre as novas lideranças que surgiram a partir da implantação dos espaços de participação popular, com as lideranças tradicionais pouco habituadas as novas práticas participativas.

A transformação da Vila de Paranapiacaba em pólo turístico e a reconversão da economia local, através de estratégias de divulgação, que propiciaram a mudança do perfil do público visitante, atraindo pessoas com maior poder aquisitivo, mais exigentes e que



demandavam maior infra-estrutura e serviços locais, criou condições para o surgimento de diversas oportunidades de trabalho e renda. Os novos postos criados surgem a partir de um mix de aproveitamento dos potenciais endógenos, estimulando moradores a desenvolver empreendimentos de caráter domiciliar e exógeno, atraindo investidores dispostos a recuperar o patrimônio e alavancar os empreendimentos locais.

A partir do momento em que os moradores perceberam que o modelo de turismo que estava sendo proposto se diferenciava do modelo predatório que conheciam e vislumbraram oportunidades de trabalho e renda local, alguns valores começam a ser mudados.

Uma das principais mudanças registradas é em relação a redução do desemprego local e aumento da renda média, mesmo considerando-se que a maior parte das vagas geradas está na informalidade, sem registros em carteira de trabalho e recolhimento à previdência social. Os números registram uma transição de uma taxa de 60% de desemprego para cerca de 30% e um aumento da renda média que era de R\$ 150,00 para cerca de R\$ 266,00 em um período de cerca de quatro anos.

As novas oportunidades de trabalho e renda e o novo mercado criado pelo turismo, estimulam o empreendedorismo e os moradores locais a se qualificar. Isto se reflete no aumento do nível de escolaridade e da capacitação para o mercado de trabalho.

Como indicadores mais visíveis deste processo de desenvolvimento aparece: o surgimento de novas lideranças, uma nova configuração social e o aumento da renda e escolaridade média entre a população local.

Também verificamos entre as lideranças locais que as oportunidades de trabalho e renda no local e as ações da Administração Municipal para controle e regularização de uso dos imóveis, são apontados como os fatores que permitiram a fixação dos moradores no local, o que contribuiu para a preservação do patrimônio e construção de relações sociais mais sólidas.

É importante destacar que a Administração Municipal aponta a revitalização do patrimônio arquitetônico, natural e cultural como o principal objetivo das ações desenvolvidas na Vila de Paranapiacaba. No entanto, este resultado aparece nas citações das lideranças e entrevistados somente indiretamente como efeito residual de iniciativas como as de geração de trabalho e renda. A revitalização do patrimônio também aparece de maneira unânime nas expectativas de futuro entre as lideranças entrevistadas.



Além dos aspectos mais visíveis já apontados, há outras conquistas não tão perceptíveis, pois ocorrem em um plano menos visível, mas nem por isso devem deixar de ser citadas: mudanças de valores culturais, aumento da auto-estima e maior consciência cidadã.

Percebe-se mudanças nos valores culturais dos moradores da Vila de Paranapiacaba, principalmente entre aqueles que tiveram alguma relação com a ferrovia. Estas pessoas, em um primeiro momento rejeitaram as propostas de transformação da Vila de Paranapiacaba em pólo turístico e hoje, boa parcela delas, não apenas aceitam o turismo como a nova vocação econômica da Vila de Paranapiacaba, mas estão inseridas nos programas turísticos e têm neste segmento a sua principal fonte de renda.

O aumento da auto-estima é outro fator importante percebido e apontado nas entrevistas com lideranças locais. A Vila de Paranapiacaba era vista como um local abandonado e sem regras, com uma população considerada como desocupada e um local constantemente citado na mídia como palco de pequenos furtos, principalmente nas trilhas e áreas de mata próximo à Vila. Esta imagem negativa era motivo de constrangimento aos moradores quando indagados sobre seu local de moradia. Hoje a Vila de Paranapiacaba é constantemente noticiada na mídia, divulgando seus atrativos, atraindo um bom número de visitantes, que são recebidos por moradores locais inseridos nos programas de turismo e que se orgulham de apresentar e falar para os visitantes sobre o local onde moram. O aumento da auto-estima também se reflete em maior atenção no cuidado com os imóveis que abrigam empreendimentos domiciliares visitados pelos turistas.

Apesar de ainda não utilizar os espaços participativos disponíveis de forma plena, os moradores oferecem indicações de que adquiriram maior consciência sobre sua cidadania e esboçam organização no encaminhamento de suas demandas e reivindicações ao Poder Público e outras instâncias com as quais dialogam. Um exemplo é a formalização dos encaminhamento que fazem de suas propostas ao Poder Público, buscando discuti-las antecipadamente no mínimos com alguns outros membros envolvidos ou do segmento em que atuam.

A participação de atores externos neste processo é reduzida e restringe-se a algumas universidades da região, que ainda não apresentaram propostas de atuação concreta na Vila de Paranapiacaba, e algumas empresas privadas que oferecem patrocínios a eventos locais, especialmente o Festival de Inverno de Paranapiacaba, e apoios pontuais. Há também recursos de empresas privadas e outras fontes de financiamento em alguns restauros, mas são pontuais



e não configuram relação contínua. Os demais atores, se existem, tem atuação passiva. Entre os desafios futuros para a sustentabilidade do desenvolvimento da Vila de Paranapiacaba figura a ampliação do envolvimento de atores envolvidos, criando-se uma rede onde o Poder Público, o público interno e externo, atuem de maneira integrada.

Os dados apresentados acima refletem o quadro encontrado no momento de realização da pesquisa na Vila de Paranapiacaba, mas como este processo de desenvolvimento é decorrente de uma intervenção recente da Administração Municipal, seria precoce apresentá-lo como uma análise definitiva. Paranapiacaba vive um processo de mudanças ainda em curso e que somente no futuro apresentará desenhos mais definidos. No entanto, os dados servem de referência para estudos futuros e identificação e mensuração de estágios para o alcance do desejado protagonismo local. A experiência desenvolvida na Vila de Paranapiacaba reúne alguns elementos que podem ser replicados em outras localidades que queiram desenvolver o pequeno turismo.

Conclusão

O segmento turístico cresce em escala e ocupa fatias consideráveis do composto econômico de vários países. As estatísticas mostram que em alguns países a movimentação econômica proporcionada pela indústria turística ultrapassa a de outros segmentos tradicionais como o automobilístico e petrolífero.

Quando desviamos o nosso olhar do global para o local, percebemos que a redução de escala permite formas de se desenvolver o turismo diferenciadas que consideram não apenas o potencial econômico, mas também e principalmente as interferências físicas, sociais e culturais que a atividade pode promover. O impacto causado pelo desenvolvimento da atividade turística em uma localidade existe e pode ser maior ou menor, produtivo ou prejudicial, dependendo da forma como o processo é conduzido. Quando este processo é conduzido pelos atores locais, torna-se mais legítimo e propicia melhores condições para se estabelecer uma identidade local e garantir a sua sustentabilidade.

A experiência realizada na Vila de Paranapiacaba, no município de Santo André, localizado na cidade de São Paulo, apesar de não estar consolidada, exemplifica como o desenvolvimento dos potenciais endógenos de uma localidade e a participação ativa dos diversos atores interessados pode, em pouco tempo, alcançar resultados significativos.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Referências bibliográficas

ÁVILA, Vicente F. de et alii. 2001. Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos. 2. ed. Campo Grande: UCDB.

BARRETTO, Margarita. 1995. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas, Sp: Papyrus .

BENI, Mario Carlos. 2005. Dimensão e dinâmica de clusters no desenvolvimento sustentável do Turismo. Disponível em:
<http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=1046>. Em: 10/10/2005.

DOWBOR, Ladislau. 1999. *O que é Poder Local*. São Paulo: Brasiliense.

EMBRATUR. 2001. Manual de municipalização do turismo. 2. ed. Brasília, DF.

MARTINS, Sérgio Ricardo O. 2002. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. Interações. Campo Grande, v.3, n.5, p.51-58.

MERIQUE, Geancarlo de Lima. 2005. A gestão do turismo para o desenvolvimento local. Disponível em:
<http://www.estudosturisticos.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=1508> . Em: 10/10/2005.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). 1995. Lo que todo gestor turístico debe saber. Madrid (Espanha): OMT.

SACHS, Ignacy. 2002. *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*. Paula Yone Stroh (org.). Rio de Janeiro: Garamond.

Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica da Presidência da República. 2005. (Boletim Eletrônico “Em questão” - Nº 217- Brasília, 02 de agosto de 2004, disponível em <http://www.brasil.gov.br/emquestao/eq217.htm> (25/10/2005).

WTO. 2005. Overview International Tourism 2004. - World Tourism Organization.