

Dialogando com Experiências Vivenciadas em Marraquech e America Latina para Compreensão do Turismo Comunitário e Solidário

Carlos Alberto Cioce Sampaio¹

Luzia Neide Coriolano²

Resumo

A discussão sobre turismo comunitário e solidário (TCS) sugere reflexões a respeito das modalidades turismo cultural, etnoturismo, ecoturismo e agroturismo, muitas vezes, apropriadas a lógicas darwinista de mercado e dinâmica capitalista, limitando a potencialidade de experiências turísticas à conservação de modos de vida de populações tradicionais. O objetivo é dialogar com experiências de cerimoniais de trocas mercantis vivenciadas em Marraquech, África, para compreensão do TCS que vem acontecendo na America Latina. O turismo em Marraquech é seccionado por uma muralha. Na Medina, dentro da muralha, o apelo sociocultural beribére e árabe predomina sob cerimonial mercantil único: *não se sabe bem ao certo ou "nunca" se saberá se está fazendo ou não um bom negócio*. Fora da muralha, o circuito sociocultural ocidentalizado prevalece em redes de hotéis, restaurantes e lojas internacionais conhecidas como *quanto mais caro, melhor deve ser!*. O que faz refletir é o quanto os cerimoniais, representados por modos de vida estão próximos ou distantes. Certamente a muralha física é bem menor do que o muro simbólico estabelecido entre aldeias: ocidental e comunitária, e entre o turismo convencional e de base local e solidária.

¹ Professor dos Programas de Pós-Graduação: Doutorado em Ciências Contábeis e Administração e Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (FURB); Coordenador do Instituto LaGOE: Laboratório de Gestão de Organizações que promovem o Ecodesenvolvimento (ONG situada em Curitiba); Pesquisador P&Q do CNPq e da FAPESC.

² Coordenadora do Mestrado Acadêmico em Geografia e do Laboratório de Estudos do Território e do Turismo (NETTUR) / Grupo de Estudos do CNPq Turismo Território e Cultura, Universidade Estadual do Ceará (UECE).

Palavras-chave: Turismo Comunitário. Solidário. Modos de Vidas e de Produção. Marraquech. America Latina.

Introdução

Pela discussão sobre realidades do Turismo Comunitário e Solidário (TCS) no Brasil e na África tem-se esta atividade como resistência ao turismo convencional consumista e que o associa à estratégia de trabalho e de comunicação social para conservar modos de vida próprios de populações tradicionais. São práticas de lugares onde vivem comunidades carentes e territórios encravados em Unidades de Conservação que servem de contraponto ao modelo de desenvolvimento consumista, e fazem repensar o turismo cultural, etnoturismo, ecoturismo e agroturismo, quando distanciadas de lógicas darwinistas de mercado (vence o mais forte) e capitalista (hegemonia do valor de troca sobre valor de uso). Lógicas que sugerem que atores socioeconômicos se autorregulem para atuar na economia de mercado, como se acesso, uso e gestão privada dos negócios bastassem, por si próprios, por desnecessária regulação estatal e da sociedade civil, com as desigualdades socioeconômicas entre atores privados, privatizações de ganhos entre poucos (reguladores dos mercados) e socialização de prejuízos entre muitos (os que sofrem a regulação dos mercados).

O turismo comunitário é norteador de integração de atividades econômicas em vivência, serviços de hospedagem e de alimentação, o que a priori não o diferencia dos demais segmentos de turismo. A diferença está no entendimento da atividade turística como subsistema interconectado com outros subsistemas, educação, saúde e meio

ambiente. Assim, o TCS é pensado como proposta de desenvolvimento territorial sustentável da comunidade, o que constitui forte característica desse segmento. Irving e Azevedo (2002) se referem ao TCS como “turismo sustentável”, em que o desenvolvimento exige incorporação de princípios e valores éticos, uma forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, de implementação de projetos, em parceria, e participação. A “convivencialidade” entre população residente, nativos, domiciliados não residentes, migrantes, visitantes, ou turistas é característica do segmento.

São arranjos socioprodutivos e políticos de base comunitária, que fomentam redes de cadeias produtivas horizontais e verticais, nos quais visitantes contribuem para o sustento, como experiências das comunidades da Prainha do Canto Verde (Beberibe, CE), Acolhida na Colônia (sede Santa Rosa de Lima, SC) e Micro-bacia do Rio Sagrado (Morrestes, PR), todas localizadas na América Latina, e em Marraquech, na África, pautadas em princípios do Comércio Justo, Solidário e Sustentável, com redes de distribuição em lojas com práticas de comércio justo, feiras de trocas solidárias e redes convencionais de comercialização de projetos de responsabilidade socioambiental (CORIOLANO e LIMA, 2003; SAMPAIO 2004, CORIOLANO e SAMPAIO, 2008).

O turismo comunitário potencializa modos de vida tradicionais, arranjos socioprodutivos e políticos, de base comunitária, e postos de trabalho pela produção artesanal. As idéias de Comércio Justo, Solidário e Sustentável animam modos de vida tradicionais e de capacitação para a produção artesanal, agregando valores solidários, a troca de bens, serviços e saberes produzidos por comunidades que sofrem conseqüências de dívida social herdada de desvantagens históricas.

As iniciativas de trabalho comunitário e de democracia econômica seguem criando espaço de luta e esperança (utopia), especialmente em países da América Latina e do continente africano. Nesse contexto, encontram-se os Berebéres e comunidades árabes em reação ao protetorado de 40 anos franco-espanhol sob o domínio de circuitos socioculturais.

Este estudo aprofunda conceitos com base no diálogo sobre experiências comunitárias de turismo comunitário e solidário (TCS), bem como em entrelaçamentos entre arranjos socioprodutivos e políticos de base comunitária e comércio justo, solidário e sustentável. A experiência em cerimoniais de trocas mercantis em Marraquech, cidade do sudoeste de Marrocos, com um dos maiores mercados tradicionais a céu aberto, da África, centro turístico oferece oportunidade de entendimento das contradições do turismo, ou seja, formas diferenciadas de produção de serviços dos eixos: convencional e comunitário.

A pesquisa exploratória em dezembro de 2008, sobre experiências em cerimoniais de trocas mercantis, em Marraquech, e modos de vidas que se confundem com modos de produção, ajuda à compreender o turismo comunitário. A variedade cultural, em Marraquech, que abriga vendedores, acrobatas, dançarinos, músicos e barracas de vendas de comidas em cerimoniais de trocas mercantis, consequência do seccionamento do turismo, fisicamente representado por muralha, revela as contradições da atividade turística.

Turismo Comunitário e Solidário (Tcs)

Estratégia de trabalho, de viver e de comunicação social, de comunidades tradicionais para viabilizar modos de vida, apesar das desvantagens históricas e tecnológicas, frente à globalização está no turismo comunitário. As comunidades tradicionais são definidas por critérios geográficos - território isolado -, culturais - compartilhando costumes, usos e tradições, hábitos -, ou por funções socioeconômicas - variando por modos de produção e distribuição (BARRETO, 2004; GEERTZ, 1989). Comunidades e modos de vida se confundem e se identificam como de extrativistas, pesqueiras artesanais, jangadeiros, ribeirinhos, pequenos agricultores familiares, faxinalenses, indígenas, quilombolas, caiçaras. Tais comunidades, mesmo não descaracterizadas pela hegemonia das sociedades urbanas industriais, são identificadas como tradicionais por conservarem padrões de subsistência, valores e costumes, o que possibilita encontrar, no seu âmbito, o principal atrativo do turismo comunitário, a convivência de inspiração solidária, característica exótica do modo de vida materialista-consumista.

Convivência são relações sociais nas quais há predominância de interesse pelo modo de vida do outro, pelo diferente, pela alteridade, pela autenticidade, respeitando a simplicidade das rotinas, jeito de falar, cantar, dançar, comer, entre outros. Na essência, supera mera relação de negócio, possibilitando resgatar e reconstruir a interconexão entre modos de vida distintos (congregando tipos de conhecimento - formal com tradicional - e culturas - ocidentalizadas com tradicionais), entre sistemas sociais e ecológicos (ILLICH, 1976; IRVING e AZEVEDO, 2002; CORIOLANO e LIMA, 2003; SAMPAIO 2004, 2005; SAMPAIO *et al.*, 2006).

Na ambigüidade entre comunidades e modos de vida está o conceito de território como espaço concreto da natureza no qual determinada sociedade reivindica e garante aos membros a possibilidade de direitos estáveis de acesso à totalidade ou parte da biodiversidade existente que nela deseja estar ou é capaz de utilizar (GODELIER, 1984 *Apud* DIEGUES, 2000). Diegues complementa que o território fornece os meios de subsistência e de produção e, ao mesmo tempo, cria dinâmica social que o diferencia – modos de vida próprios -, tanto quanto os aspectos físicos que o limitam. O território é o *locus* de sistemas de representações, identidades, símbolos e mitos que populações tradicionais constroem com o que agem sobre o ambiente. O imaginário de populações tradicionais encontra mecanismos de conservação da biodiversidade, podendo determinar lugares da floresta e determinadas espécies de fauna e flora como sagrados, restringindo, assim, áreas de visitação do turismo (DIEGUES, 2000).

O turismo comunitário oportuniza a visitantes conscientes - estudantes, professores, pesquisadores e simpatizantes o contato com temas de preservação da natureza (sistemas ecológicos) e, ao mesmo tempo, de conservação de modos de vida tradicionais (sistemas sociais). Além de vivenciar a dimensão espaço-tempo, regulada pelo sol, pela lua e pelas chuvas, enfim, pelas estações do ano. O relógio de pulso do visitante, não regulado pelo ciclo natural do modo de vida conectado com a natureza, é percebido. As experiências vêm sendo incentivadas e viabilizadas por Organizações Não-Governamentais (ONGs), Instituto LaGOE (Curitiba, Paraná), AGRECO (Santa Rosa de Lima, Santa Catarina), Instituto Terramar (Ceará), a baixo custo, gerando trabalho e renda, monitorado como zona de laboratório, em redes de ajuda que articulam esforços de atendimento de demandas comunitárias e, ao mesmo tempo, estreitam laços entre os visitantes

(McGEHEE, 2002; SAMPAIO *et al.*, 2007). Há que se destacar que o contato com visitantes estrangeiros fortalece ainda mais os laços com a população visitada, o que contribui para que os encontros interpessoais minimizem ou desfaçam preconceitos entre visitantes e visitados (PEARCE In: THEOBALD, 2002).

Em referência às comunidades, sobretudo às tradicionais, sabe-se que populações, na maioria, estão descaracterizadas culturalmente em diferentes graus. Entretanto importa a identidade cultural das comunidades tradicionais ou o pouco que elas desejam e podem ainda conservar. Turistas, ao se deslocarem de centros urbanos às comunidades tradicionais, em busca de experimentações alternativas de modos de vida, levam consigo, muitas vezes, sem se dar conta, patologias do modo de vida urbano que querem evitar, como se ouve dizer: *só está faltando uma coisa para essa aldeia ser perfeita!* Como se a cultura dominante urbana só tivesse o que ensinar e nada a aprender. (GRÜNEWALD, 2003).

Contudo populações autóctones não são influenciadas de maneira unilateral quando visitadas. Isto é, o turismo não pode ser visto como mera figura greco-romana de gladiador que luta contra culturas autóctones, como se vê no extremo da política de turismo, na República Popular Democrática da Coreia do Norte, na qual os turistas estrangeiros são submetidos ao rigor do regime de Estado: os atrativos turísticos são determinados por temas políticos ideológicos, os hotéis são de propriedade e de controle estatal e o visitante ou grupo de excursão têm guia monitorado pelo governo. Visitantes de determinadas nacionalidades, norte-americanos, não conseguem visto de entrada no país, como a dizer que o turismo é realizado dentro de contexto sociopolítico (KIM, 2006).

O turismo pode ser também potencializador do resgate de

aspectos étnicos, sem necessariamente ser espetáculo de autenticidade das culturas (PAGDIN, 1995; GRÜNEWALD, 2002; BARRETO, 2004; KIM, 2006). Por conseqüência, a autenticidade não é um conceito fechado em si mesmo, é negociável no significado, isto é, as culturas viáveis, ao longo do tempo, se refazem a si próprias. Da mesma maneira, as culturas tradicionais não são estáticas: estão em constante mudança por fatores endógenos ou exógenos (GREENWOOD, 1982; COHEN, 1988; NASH, 1996; DIEGUES, 2000). Imaginar a predominância da cultura ocidental homogênea é equívoco sobre tais argumentos.

A questão é como equacionar as vantagens do turismo, nas comunidades, sem os problemas geralmente do turismo de massa: ociosidade de mão-de-obra local na maior parte do ano, elevação de preços, especulação imobiliária, segregação entre nativos e visitantes, trânsito, violência. consumo de drogas, prostituição e vulgarização da autenticidade local (MERCER In: THEOBALD, 2002).

Arranjo Socioprodutivo e Político de Base Comunitária

Enquanto o Turismo Comunitário e Solidário (TCS) potencializa modos de vida tradicionais, arranjo socioprodutivo e político de base comunitária (APL.Com) oportuniza modos de produção artesanais. O APL.Com se origina das denominações arranjo produtivo local (APL) e arranjo institucional (AI). APL é sinônimo do termo anglo-saxão *cluster*, tema tratado nas áreas da economia industrial e da geografia econômica, enfatizando a perspectiva socioprodutiva. AI é explorado

nas ciências políticas e no planejamento do desenvolvimento regional, realçando a perspectiva sociopolítica.

APL.Com ou Arranjos Produtivos Locais Comunitários (APLC) são iniciativas compartilhadas, articuladas, no que se supera a competitividade utilitarista (um ganha e outro perde) e se privilegiam ações no âmbito de rede horizontal de cooperação que revela complexidade da economia real, incluindo organizações de autoprodução e comunitárias (associações e cooperativas). Geralmente, baseiam-se em modos de produção artesanais, relegadas e reduzidas aos ditames da economia informal (SAMPAIO et al., 2005; 2006; 2007). Os estudos sobre APL.Com se limitam à perspectiva interorganizacional, como estruturas de encadeamentos socioprodutivos e sociopolíticos de base territorial, com pouca atenção à governança inter e intraorganizacional, como também ao tema de intercooperação, compreendido na experiência paradigmática de cooperativismo de Mondragón (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009).

Os aprendizados de Mondragón remetem às adaptações para pensar os APLCs: *holding* cooperativa que assessora iniciativas de desenvolvimento de novos socioempreendimentos e presta serviços técnico, jurídico ou financeiro; congresso associativo que discute, de tempo em tempo, a visão institucional da experiência; banco de microcrédito, bem como sistema de assistência e previsão social próprio; organizações que se estruturam como sistema setorial (artesanato ou turismo comunitário) ou por laços territoriais (microbacia ou comunidades), por encadeamentos verticais e horizontais; fundos intercooperativos com finalidade primordial de garantir partilha homogênea e solidária de benefícios na realização de projetos individuais e coletivos de socioempreendimentos

(experiência da Prainha do Canto Verde); parcerias com instituições de ensino (convênios com escolas e universidades), pesquisa e desenvolvimento e inovação (universidades) (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009,).

O desafio do APL.Com é criar e manter gestão participativa corporativa sob signo de identidade que gere sentimento de pertencimento e facilite a intercooperação e se expanda à identidade cooperativa no plano político-institucional e na gestão organizacional. Assim, é imprescindível que tal estilo inicie desde os órgãos de governança até a gerência, considerando que a participação qualifica melhor a tomada de decisão (sem correr riscos do assembleísmo) e media a tensão entre associados.

Participação compromissada que dinamize ofícios (além da governança e gerência), como na inovação e desenvolvimento de novos bens e serviços (*ecodesiners* para peças artesanais) e dê novos significativos ao trabalho diário. Racionalidade que motiva laboralmente empreendedores ou organizações associadas em componentes gerais: desenvolvimento pessoal, isto é, equilíbrio entre trabalho produtivo - em função de responsabilidade que leva ao reconhecimento profissional, inclusive ao status social, afastado de valores consumistas; e reprodutivo - doméstico e comunitário; pertinência a um grupo, a comunidade, a projeto compartilhado; e, sobretudo, a ideologia ou compromisso social, fomentado na Zona Laboratório de Educação para o Ecodesenvolvimento na Microbacia do Rio Sagrado (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009).

Comércio Justo, Solidário e Sustentável

O Comércio Justo, Solidário e Sustentável compreende-se como esforço de inserção de mercados locais, comunitários, organizados em arranjos socioprodutivos e políticos de base comunitária (APL.Com), em mercados regionalizados, municipal, estadual, nacional e internacional. Representa o estudo de sistemas econômicos (de mercado) e sociais com imbricações. A ecossocioeconomia sugere que sistemas sociais estão imbricados nos sistemas ecológicos e que nesta dinâmica complexa deve-se repensar epistemologicamente o que se conhece como uso e acessos a recursos naturais (biodiversidade), modos de produção e de distribuição, e consumo (SAMPAIO, 2009).

O Comercio Justo e Solidário entende-se como diálogo com economias. Sabe-se do risco de reducionismo de economias entre economia de mercado e solidária. Contudo a opção escolhe-se pelo caráter didático dado a esse *paper*, sobretudo quando se trata de ideologias, visões, posições e práticas pelo que, muitas vezes, simpatizantes se digladiam nas mais diferentes instâncias, entre elas, políticas públicas, mercado, universidades e ativismo social. Faz o comércio justo ser possível, os antagonismos, entre as correntes, potencializarem o que cada uma pode oferecer como aprendizado e refletir sobre possíveis complementaridades: eficiência na alocação de recursos e a inserção da solidariedade na tomada de decisão.

Nos primórdios ocidentais, isto é, desde a civilização greco-romana, os mercados se constituíam em âmbito local nacional e internacional. Contudo o local, como nenhum outro, não prevalece e continua não fazendo apenas à lógica mercantil, em que há predominância da produção de excedente ou, de mais-valia entre o

valor real de produção de bem ou serviço - valor de uso - e o valor de mercado, como mercadoria a ser comercializada - valor de troca (SAMPAIO, 2005).

No mercado local há muitas lógicas, como o autoconsumo baseado na dinâmica doméstica. Não é que não haja excedente de produção doméstica, mesmo porque, no caso agrícola, as culturas sejam produzidas por safras, nem mais-valia, sem exploração espúria, com parâmetro em códigos de costumes territoriais. Não diferente, na produção coletiva microterritorial, como o caso de um APLC, a organização associativa se vale de lógica solidária, baseada no princípio de que os atores são prossumidores, produtores e consumidores ao mesmo tempo. As feiras de trocas solidárias, um dos principais atrativos do Turismo Comunitário e Solidário, tendem a se consolidar com predomínio eqüitativo entre prossumidores de zonas urbanas e rurais (HUBERMAN, 1978; TOFLER, 1989; SMITH, 1997; MARX, 1997; POLANY, 2000; BOBBIO et al., 2000; HIRSCHMAN, 2002).

É importante lembrar que os primeiros sistemas de produção e distribuição tiveram, como princípio, a domesticidade, originando outros comportamentos, não associados basicamente à economia, como se conhece atualmente, reciprocidade e redistribuição. O princípio da reciprocidade utiliza-se principalmente na comunidade, isto é, família, parentes e vizinhança. A redistribuição é de lideranças territoriais, típicas do feudalismo, com a função de regular. Entretanto a figura de aristocrata, próprio de monarquias ou burocratas, despotismos centralizados utilizavam-se da redistribuição como forma de aumentar o poder político (POLANY, 2000; WEBER, 1999).

Implica dizer que mecanismos da dinâmica comunitária de propagação podem eventualmente ser apropriados pela lógica que se está contrapondo, o que não diferencia da estrutura organizativa do comércio justo que se utiliza de redes de grandes distribuidores da economia de mercado (atravessadores e capitalistas por essência) para comercializar bens, serviços e saberes de economia comunitária. Mesmo caracterizada como contradição em primeiro momento, a iniciativa se converte em estratégia de viabilização da economia solidária, isto é, a intermediação pode custear ações educativas que disseminam o consumo consciente, assumindo função, geralmente de ONGs, ou Universidades, se propõem a fazer, quando dispõem de recursos para tal. O ponto crucial antes de se pensar restauração ou restabelecimento dos mercados locais, em que há predomínio de dinâmica comunitária, mais solidária, é como viabilizá-los diante da economia hegemônica e, ao mesmo tempo, garantir dinâmica própria ou diferenciada.

Experiência Sobre Cerimoniais de Trocas Mercantis Vivenciados em Marraquech

Marrocos localiza-se no norte africano, em divisa com Oceano Atlântico ao Oeste e Mar Mediterrâneo ao Norte - separado da Espanha pelo estreito de Gibraltar, Argélia ao Leste e Mauritânia e Deserto do Saara ao Sudeste - separados pelas Cordilheiras: Médio, Alto e Anti Atlas (FOLHA, 1988; MARRUECOS, 2007).

Sua povoação é milenar, tradicionalmente, beribéris com invasões romanas, no século I dc e de árabes (muçulmanos) no

século VII. Além do protetorado de 40 anos franco (mais ao Sul) espanhol (mais ao Norte) que prevaleceu antes da independência, na ocasião do término da 2ª Grande Guerra Mundial, prevalece ainda sob o domínio dos circuitos socioculturais ocidentais. Nesse contexto, a população tradicional Berebéres e árabes têm desvantagens sócio-históricas frente ao modo de vida ocidental.

Marraquech é a principal destinação turística do Marrocos no sudoeste. O turismo é seccionado por uma muralha existente. Na Medina, parte da cidade dentro da muralha, o apelo sociocultural beriberé e árabe predominam sob cerimonial mercantil único: não se sabe ao certo ou “nunca” se saberá se está fazendo ou não bom negócio. Isto é, os produtos (bens e serviços) têm preço inicial correspondente a 75% do valor, caso não haja barganha insistente, o turista não saberá ao certo o preço final.

Embora as agências de turismo receptivas avisem sobre a prática com oferta de serviços guiados, o cerimonial ocorre geralmente na ocasião em que turistas descobrem o exotismo das ruas da Medina. Sobretudo nos arredores da praça *Yamaa El Fna* – principal ponto de comércio e de gastronomia, onde também se realiza passeio de caleches (charrete levadas por dromedários) -, nas sombras da Mesquita *Kutubia*, ou quando os turistas são reconhecidos ocidentais guiados por transeuntes (geralmente políglotas) ou pela rede de transeuntes que os induzem (ação premeditada) e conduzem aos curtumes de couro nos subúrbios.

Os curtumes são reconhecidos como um dos principais atrativos do modo de vida e de produção das populações beribéres e árabes, afastados dos pontos centrais de comercialização, com produtos em lojas de fábrica, além de lojas do mercado turístico. Nas lojas de fábrica, o cerimonial mercantil inicia com representantes articulados

da cadeia produtiva do couro, desnorteando os visitantes-consumidores. A experiência é singular, boa ou ruim, dependendo do grau de consciência do visitante quanto sobre a diversidade cultural (ou seja, além da lógica ocidental) e modos de vida que historicamente em desvantagem.

Fora da muralha, o circuito sociocultural ocidentalizado, mais precisamente nos bairros *Hivernage* e *Guéliz*, prevalece em redes de hotéis (chama atenção o Cassino Hotel *Mamounia*), restaurantes e lojas internacionais conhecidas pelo cerimonial: *quanto mais caro, melhor deve ser!* Ou seja, supõe-se que o preço alto reflita a qualidade do produto, assim, não há o por que barganhar.

Há praças ornamentadas, *Menara*, *Oliveiras* e *Bab Jdid*, e prática de esportes de natureza, balonismo e aluguel de quadriciclos para desfrute das paisagens. O que é intrigante é que, mesmo com diversidade cultural entre beribéres e árabes a cultura é *espetacularizada* em casas de shows para o turista.

O que faz refletir é o fato de os cerimoniais representados nos modos de vida citados, estarem próximos ou distantes. No ocidente, o preço alto não necessariamente diz da qualidade do produto, isto é, valor de uso. Muitas vezes, representa subsidio de criação, de fetiche mercantil que associa consumo e bem-estar: o consumidor, com a compra, faz-se mais feliz, o que o leva a crer não ser meritório barganhar tamanha felicidade a ser desfrutada. Sob a justificativa de que a diferença entre valores de uso e de troca, subsidiam-se os gastos com barreiras subjetivas (estilo, marca e produto de luxo) entre o modo de vida tradicional-comunitário e ocidental.

No entanto, no cerimonial beribéri-árabe, o preço inicial exorbitante representa subsídio pelas desvantagens históricas de modos de vida, e o grau maior ou menor de barganha, quanto cada

consumidor se dispõe financiar tal desvantagem. Por outro lado, não é surpreendente imaginar que houvesse pouca barganha por longo tempo para melhor fazê-lo. Isto é, o visitante ocidental não tem tempo a perder, pois quer comprar o que puder.

Não se tem bem ao certo se a Muralha física é maior ou menor do que o muro simbólico entre aldeias: ocidental (valor de troca prevalece sobre o valor de uso) e comunitária-artesanal (valor de uso prevalece sobre o valor de troca). Chama atenção uma das motivações para escrever esse *paper*, o que pode potencialmente se transformar em atrativo do turismo comunitário e solidário, é que a vivência de comercialização no cerimonial árabe e beribéri, relega-se como prática primitiva e de assédio ou coação contra o visitante, como se o mundo devesse funcionar sob a lógica ocidentalizada.

Considerações Finais

As experiências na direção do turismo comunitário e solidário são recentes e a maioria está em espaços naturais e rurais, em países de desigualdades históricas, como dos continentes latino americano e africano. Pouco se discute o potencial do turismo comunitário em espaços urbanos, antigos espaços naturais completamente modificados pelo viés antropocêntrico, sobretudo pelo modo de vida tipicamente ocidental com seus fetiches, como apresentado no cerimonial de Marraquech.

Os projetos de turismo comunitário, na America Latina, quase sempre contam com o apoio institucional de Organizações não

Governamentais, Universidades, países de democracias políticas, contudo, não exemplos de democracia econômica, isto é: países que apresentam problemas de redistribuição de renda e baixa escolaridade. Na África, na maioria dos casos, não se tem democracia política, muito menos, democracia econômica.

O turismo comunitário apresenta-se como estratégia de sobrevivência e comunicação social, de conservação de modos de vida e preservação da biodiversidade, organizado associativamente em territórios, como arranjos socioproductivo e político de base comunitária, que se valem do comércio justo de bens e serviços, na economia de mercado, reestabelecendo simetrias entre valor de uso e de troca, uma alternativa para fomento de modos de vida beribéri e árabe ilustrados na experiência de Marraquech.

No caso específico do curtume, a produção artesanal de sobrevivência diante da economia de mercado hegemônica, vale-se de rede arquitetada entre o arranjo productivo local, induzindo propositadamente turistas nos pontos de venda, o que depõe sobre prática instrumentalizada, sem diferir da lógica darwinista da economia de mercado. Diante da intermediação espúria de comerciantes bem estabelecidos, com pontos de venda mais bem localizados, produtores artesanais utilizam-se de troca ou de assédio na comercializar dos produtos.

O Turismo Comunitário e Solidário não se confunde como mera política de geração de trabalho e renda, como quando se criam segmentos de turismo cultural, etnoturismo, ecoturismo e agroturismo em territórios desfavorecidos pela falta de ações (sociedade civil) e de políticas públicas (Estado) que privilegiem o desenvolvimento territorial sustentável. Isto é, que possibilitem a diversidade cultural

em estilos de vida que respeitem as dinâmicas ecossistêmicas, originariamente biofísicas, e eco socioeconômicas e sociopolíticas.

Entendem-se os sistemas ecológicos como eminentemente sociais, em Zonas Laboratórios de Educação para o Ecodesenvolvimento³, em que há preocupação, antes de organizações cooperativas, de criar as condições favoráveis para pessoas que compreendam e vivam a cooperação e a solidariedade em comunidade.

³ Ver a experiência na Micro-Bacia do Rio Sagrado, Município de Morretes, APA de Guaratuba, Rebio de Floresta Atlântica (SAMPAIO et al. 2007a, 2007b).

Referências Bibliográficas

BARRETTO, Margarita. **Relações entre visitantes e visitados.** *Turismo em Análise*, SP, v. 15, n. 2, p. 133-149, 2004.

BOBBIO, N., MATTEUCCI, N. e PASQUINO, G. **Dicionário de Política.** Brasília: Editora UNB, 2000.

COHEN, E.. **Authenticity and commoditization in tourism.** *Annals of Tourism Research*, v. 15, n.3, p. 371-386, 1988.

CORIOLOANO, Luzia Neide e SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Pensando o turismo comunitário e solidário.** IN: X SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, Curitiba. *Anais...*, Curitiba: UNICEMP, 2008.

CORIOLOANO, Luzia Neide e LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental.** Fortaleza: EDUECE, 2003.

DIEGUES, Antonio Carlos Santana. **O mito moderno da natureza intocada.** São Paulo: Hucitec, NAPPHAU/USP: 2000.

FOLHA de São Paulo. **Atlas Mundial.** São Paulo: Folha da Manhã, 1988.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GREENWOOD, D.. **Cultural authenticity.** *Cultural Survival Quarterly*, v. 6, n. 3, p. 27-28, 1982.

GRÜNEWALD, R. A.. **Tourism and cultural revival.** *Annals of Tourism Research*, v. 29, n. 4, p. 1004-1021, 2002.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo. **Turismo e etnicidade**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, n. 20, out., p.141-159, 2003.

HIRSCHMAN, A.. **As paixões e os interesses**: argumentos políticos a favor do capitalismo antes do seu triunfo. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HUBERMAN, L.. **História da riqueza do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ILLICH, Ivan. **A convivencialidade**. Lisboa: Europa-América, 1976.

IRVING, M. e AZEVEDO, J.. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. SP: Futura, 2002.

KIM, S. S., TIMOTHY, D. J. e HAN, H.. **Tourism and political ideologies**: a case of tourism in North Korea. *Tourism Management*, v. 28, p. 1031-1043, 2006.

MARRUECOS: **Guías TresD**. Madrid: Grupo Anaya, 2007.

MARX, K.. **O capital**: crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural (Coleção Os Economistas), 1996.

MCGEHEE, N. G.. **Alternative tourism and social movements**. *Annals of Tourism Research*, v. 29, n. 1, p. 124-143, 2002.

MERCER, D.. **A difícil relação entre o turismo e a população nativa**. In: THEOBALD, William F. (Org.). *Turismo global*. São Paulo: Senac, 2002.

NASH, Denninson. **Antropology of tourism**. New York: Pergamon, 1996.

PEARCE, Philip. **A relação entre residentes e turistas**: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão. In: THEOBALD, William F. (Org.). *Turismo global*. São Paulo: Senac, 2002.

POLANY, K.. **A Grande Transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SAMPAIO, Carlos Alberto Ciocce. **Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações**. Blumenau: EDIFURB, 2009. prelo

SAMPAIO, C. A. C.. **Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia**. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2005.

SAMPAIO, C. A. C.. **El turismo como fenómeno histórico**. Estudios y Perspectivas del Turismo, v.13, p. 290 - 300, 2004.

SAMPAIO, C. A. C., AZKARRAGA Etxegibel, Joseba, ALTUNA Gabilondo, Larraitz. **Pensando la experiencia de cooperativismo de Mondragón bajo la mirada de la ecossocioeconomía de las organizaciones**. Mondragón Bilduma: Economía Social y Cooperativismo (Universidad de Mondragón), 2009. prelo

SAMPAIO, C. A. C., MANTOVANELI JR, O., PELLIN, V., OYARZÚN M., E.. **Acuerdo productivo local de base comunitaria como estrategia que promueve el ecodesarrollo: análisis de las experiencias brasileñas de Bonito (MS), Laguna de Ibiraquera (Garopaba e Imbituba, SC) y Santa Rosa de Lima (SC)**. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.16, p.216 - 233, 2007.

SAMPAIO, C. A. C., BERBERI, A. e DREHER, M.. **Arranjo socioprodutivo local de base comunitária**. In: III Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS), 2006, Brasília (DF). *Anais ...*, Brasília, 2006.

SAMPAIO, C. A. C., OYARZÚN M., E., SOUZA, M. S., CÁRCAMO, C., MANTOVANELI JR, O.. **Arranjo socioprodutivo de base comunitária: análise comparativa de experiências de turismo comunitário no Brasil e no Chile**. *Revista de Negócios*, v.10, p.288 - 301, 2005.

SMITH, A.. **A riqueza das nações:** investigação sobre sua natureza e suas causas. São Paulo: Nova Cultural (Coleção Os Economistas), 1997.

TOFFLER, ALVIN. **The third wave.** New York: Bantam Books, 1989.