

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ANAIS BRASILEIROS DE ESTUDOS TURÍSTICOS
ABET

ISSN 2238-2925

ABET	Juiz de Fora	v.3	n.1	p. 1-xx	jan./jul. 2013
------	--------------	-----	-----	---------	----------------



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Reitor

Henrique Duque de Miranda Chaves Filho

Vice-Reitor

José Luiz Rezende Pereira

**DIRETORA REVISTA ABET / PRESIDENTE
DO CONSELHO EDITORIAL**

Thiago Duarte Pimentel
Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior

EDITOR DE POLITICA EDITORIAL

Thiago Duarte Pimentel

EDITOR CIENTIFICO

Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior

PROJETO GRÁFICO:

Gabriel Schuery

EDITORAÇÃO:

Nivea Maria Ferreira

CAPA:

Moema Sarrapio

REVISÃO DE PORTUGUÊS:

Olivia Malta

Anais Brasileiros de Estudos Turísticos / Universidade
Federal de Juiz de Fora. – v. 2, n. 2 (jul./dez. 2012). –
Juiz de Fora : Universidade Federal de Juiz de
Fora, 2013 – . [on-line]
Semestral
Disponível em: <[www.editoraufjf.com.br/revista/
index.php/abet/issue/current](http://www.editoraufjf.com.br/revista/index.php/abet/issue/current)>
ISSN 2238-2925

1. Turismo. 2. Pesquisa. 3. Conhecimento – Teoria.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Reitor

Henrique Duque de Miranda Chaves Filho

Vice Reitor

José Luiz Rezende Pereira

Pró Reitor de Graduação

Eduardo Magrone

Diretor do Instituto de Ciências Humanas – ICH

Eduardo Salomão Condé

Diretor da Editora da UFJF

Antenor Salzer Rodrigues

Editores

Thiago Duarte Pimentel – Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF (Brasil)
Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior – Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF (Brasil)

CONSELHO EDITORIAL

Alejandro Palafox Muñoz, Dr. – Universidade de Quintana Roo (México)

Alexandre Panosso Neto, Dr. – Universidade de São Paulo / USP (Brasil)

Álvaro Banducci Junior, Dr. – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul / UFMS (Brasil)

Ângela Cabral Flecha, Dr^a. – Universidade Federal de Ouro Preto / UFOP (Brasil)

Carlos Eduardo Silveira, Dr. – Universidade Federal dos vales do Jequitinhonha e Mucuri / UFJVM (Brasil)

Carlos Manuel Martins da Costa, Dr. – Universidade de Aveiro / UA (Portugal)

Christianne Luce Gomes, Dr^a – Universidade Federal de Minas Gerais / UFMG (Brasil)

Edegar Tomazzoni, Dr. – Universidade de São Paulo / USP (Brasil)

Euler David de Siqueira, Pós-Doutor – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro / UFRRJ (Brasil)

Helena Doris de Almeida Barbosa Quaresma, Dr^a – Universidade Federal do Pará / UFPA (Brasil)

José Manoel Gonçalves Gândara, Dr. – Universidade Federal do Paraná / UFPR (Brasil)

Lynn Minnaert, Dr^a – Universidade de Surrey/ University of Surrey (Inglaterra)

Magnus Luiz Emmendorfer, Dr. – Universidade Federal de Viçosa / UFV (Brasil)

Michelle Helena Kovacs, Prof^a. Dr^a – Universidade Federal de Pernambuco / UFPE (Brasil)

NatanUriely, Dr. – Universidade Ben-Gurion de Negev (Israel)

Sérgio Rodrigues Leal, Dr. – Universidade Federal de Pernambuco / UFPE (Brasil)

SUMÁRIO

Editorial	5
Trajectoria Acadêmica do Professor Dr. Edegar Luis Tomazzoni <i>Professor Dr. Edegar Luis Tomazzoni's .</i>	9
As Contribuições do Sistema Gastronômico Galetto Al Primo Canto para o Patrimônio Cultural e para o Desenvolvimento Turístico de Caxias do Sul (Brasil) <i>Edegar Luis Tomazzoni</i>	13
Viajeros y turistas de Estados Unidos en periódicos y revistas de México. De la visión imperial del siglo XIX a la paternalista del siglo XXI <i>Dr. Arturo Santamaría Gómez</i>	25
Relacionamento entre Organizações e Competitividade Turística: um estudo sobre o Conselho Nacional de Turismo <i>Valmir Emil Hoffmann</i> <i>Daniel Pires Vieira</i>	48
Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista – SP <i>Alisson Perantoni</i> <i>Letícia Aparecida Viterbo Silva</i> <i>Fabiane Nagabe</i>	62
O Desenvolvimento de Competências no Setor Hoteleiro Capixaba <i>Andrezza Sampaio de Mello</i> <i>Thiago Duarte Pimentel</i> <i>Alfredo Rodrigues Leite da Silva</i> <i>Mariana Pereira Chaves Pimentel</i>	71

Editorial

Prezados colegas,

A ABET inaugura seu terceiro ano no cenário acadêmico ligado ao turismo com um novo volume. Volume esse que, transcende as fronteiras do Brasil, para pensar o turismo, a memória, o próprio patrimônio para além das terras canarinhas. Ao leitor, nesta edição, é possível, se deparar com reflexões em torno das correlações do turismo com a cultura no Brasil e nos Estados Unidos, evidenciando que, a despeito das singularidades de cada região, os desafios ao se pensar o turismo parecem ser semelhantes, como, por exemplo, as leituras parciais das culturas locais, como nos mostra o trabalho Arturo Santamaría Gomez ou, pensando no Brasil, as possibilidades, ainda pouco aproveitadas, de vinculação de elementos culturais à prática do turismo em Caxias do Sul, cidade localizada na Serra Gaúcha.

Nesse sentido, os dois primeiros trabalhos que abrem esta coletânea são de autoria de Edegar Luis Tomazzoni. O primeiro dos textos, que pormenoriza a vasta experiência profissional do autor, é lavrado por ele próprio e, talvez, só o mesmo o próprio autor fosse capaz de desvelar ângulos da formação de um pesquisador por muitos desconhecidos. Por detrás do acadêmico Edegar, há um lastro histórico bastante vigoroso em sua atuação no mercado, junto à área de eventos no Sul do país. Esse dado, embora possa passar despercebido, parece vir à tona ao longo de toda a produção intelectual do autor, na medida em que, uma das marcas de seu trabalho, é a capacidade de dissertar sobre o turismo de uma maneira ao mesmo tempo robusta e acessível, característica típica daqueles que vivenciaram largamente o fenômeno turístico em sua feição prática. Por isso, o texto tem o mérito não apenas de apresentar os trabalhos elaborados por Edegar ao longo de sua carreira, mas, sobretudo, trazer à tona dimensões subjetivas do pesquisador, como, por exemplo, a sua memória, e que se confundem com a produção objetiva (?) de trabalhos acadêmicos e orientação a dezenas de pesquisadores do turismo deste país.

Já *As Contribuições do Sistema Gastronômico Galeto Al Primo Canto para o Patrimônio Cultural e para o Desenvolvimento Turístico de Caxias do Sul (Brasil)*, também de autoria de Edegar Luis Tomazzoni discute como a memória gustativa de

uma comunidade está estritamente alinhavada à memória de uma coletividade e, como, a partir de 1950, a abertura de um estabelecimento gastronômico em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, foi importante para a retomada de uma prática tradicional do medievo europeu. Trata-se da especialidade *galeto al primo canto*, ofertada, a partir daquele momento, pela Galeteria Peccini, empresa de administração familiar que não só inovou na região ao instaurar uma nova modalidade de serviços culinários, na medida em que o cliente poderia consumir diversos pratos até a sua plena satisfação pagando um preço único, como também retoma uma tradição decorrente da imigração italiana para a região, decorrente das caçadas.

Assim, o autor situa o *galeto al primo canto* dentro de uma lógica cultural mais ampla, evidenciando que, para além da dimensão material do prato, há uma gama de símbolos e valores a eles ligados, estritamente ligados a festas, costumes e rituais dos imigrantes italianos, cujas origem remontam à Europa. Esse prato não só aciona elementos culturais que o identificam como tipicamente ligado à memória dos imigrantes italianos, como também faz dele, hoje, uma manifestação cultural intimamente ligada à identidade dos imigrantes de Caxias do Sul, notadamente aqueles oriundos da Itália. Ademais, o trabalho tem como mérito de articular, para além da dimensão historiográfica, um profícuo debate acerca da gestão de empreendimentos privados, na medida em que situa o fundador da então inédita galeteria, Lauthério Peccini, como um gestor que, ao inventar a galeteria, colaboraria para desencadear um processo de inovação na região que transcendeu, inclusive, o setor gastronômico, visto que detonaria um processo mais amplo de inovações junto aos demais empresários caxienses.

Viajeros y turistas de Estados Unidos en periódicos y revistas de México. De la visión imperial del siglo XIX a la paternalista del siglo XXI, de Dr. Arturo Santamaría Gómez, problematiza como viajantes e turistas norte-americanos, em viagem ao México, a partir do século XIX, contribuíram, mediante seus relatos, para a construção de dadas representações sobre o país. Se até a metade do século XIX vigorava um conjunto de relatos reduccionistas, depreciativos, redigidos sobre olhares etnocêntricos, há, a partir da segunda metade do século XIX até a contemporaneidade uma mudança de paradigma,

fomentando, assim, a divulgação de uma imagem mais positiva do país, pautada em um ponto de vista mais plural e amistoso. É, sobretudo, a geração nascida entre 1945 e 1964 que tem fomentado uma visão otimista do país, destacando, dentre outros aspectos, sua hospitalidade e cordialidade. Ao longo do texto, o autor nos aponta como a visão sobre o México variou ao longo de dois séculos. As mulheres, mediante um conjunto de relatos e livros, salientavam o olhar de estranheza em relação aos costumes locais, bem como as contradições existentes no seio da sociedade mexicana. Já a perspectiva masculina, encarnada mediante relatos de diplomatas, viajantes ou escritores, por sua vez, realçava, quase sempre, os vícios dos cidadãos mexicanos, seu atraso, bem como exaltavam uma feição depreciativa do povo, ao passo que se nota o paradoxo presente nas percepções de artistas e intelectuais norte-americanos sobre o país.

Curioso notar que, no século XX, há a vigência, no imaginário norte-americano do México como um destino turístico, agora visualizado de uma maneira positiva, ainda que folclórica. Essa visão positiva do país seria consolidada pela geração norte-americana nascida no pós-guerra, que, a partir dos valores presentes no Ocidente, como a liberdade, passa a realçar as dimensões positivas do país, como a cortesia e a receptividade, legando ao século XXI o desejo de vivenciar a cultura e a paisagem mexicana, em contraposição aos custos de vida, aos costumes e ao estilo de vida mais veloz vigente nos Estados Unidos.

Já Valmir Emil Hoffmann e Daniel Pires Vieira, cujo trabalho é intitulado *Relacionamento entre Organizações e Competitividade Turística: um estudo sobre o Conselho Nacional de Turismo*, se debruçam sobre a instigante questão de investigar em que termos se dão o relacionamento entre organizações que compõe o Conselho Nacional de Turismo, CNT, órgão colegiado que conta com a participação de organizações públicas e privadas relacionadas à atividade turística, mormente em sua feição de orientar a concepção de políticas públicas federais de turismo. A pesquisa, fruto de ampla pesquisa documental, e que resultou na análise de 31 atas concernentes a reuniões do CNT entre 2003 e 2010, tenta compreender como a participação dessa instância tende a contribuir para a melhora da competitividade de um destino turístico. E isso se dá mediante o modelo teórico oriundo de

Dwyer e Kim (2003), cujo recorte prioritário foi o item Gestão do Destino, nas variáveis Organização da Administração e Políticas, Planejamento e Desenvolvimento.

Ao longo do trabalho, os autores apresentam uma instigante e objetiva revisão de literatura no que diz respeito a critérios presentes em modelos de competitividade de destinos turísticos que, articulados, favorecem a competitividade de um dado local e chegam à conclusão de que a gestão governamental tem um significativo peso nesse debate, tendo em vista sua capacidade de articulação entre outros atores envolvidos no processo de tomada de decisões ligadas às políticas públicas de turismo.

De maneira específica, no caso do CNT os pesquisadores concluem que, a despeito de limitações, como certo esvaziamento desse fórum participativo por parte de alguns atores ao longo dos últimos anos, bem como certa preponderância do Ministério do Turismo nos debates, o que pode inibir maior participação de outros *stakeholders*, há, no geral, uma feição positiva em relação ao relacionamento entre atores presentes no CNT, o que favorece que o órgão seja uma esfera e debate importante em âmbito federal no que tange aos anseios de diversos setores ligados ao turismo no Brasil, especialmente na proposição e orientação de políticas públicas de turismo.

Ainda no que tange à discussão para o Brasil, os percalços e limitações do processo de planejamento turístico são problematizados no trabalho *Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista - SP*, de Alisson Perantoni, Letícia Aparecida Viterbo Silva e Fabiane Nagabe. As autoras, ao narrar a experiência de inventariação turística na cidade de Rosana, descerram um importante horizonte para o debate em torno da questão do planejamento: a limitação dos instrumentos de coleta de dados. Limitação essa que se manifesta não apenas pela padronização dessas ferramentas que não conseguem dar conta das especificidades estruturais e singularidades culturais dos destinos turísticos no Brasil. Ao realizarem uma profícua análise documental dos métodos propostos pelo poder público ligado ao turismo no Brasil, as autoras concluem, assim como diversos documentos do Ministério do Turismo por ela evocados, que há a necessidade de investir

em estudos e concepção de instrumentos de coleta de dados mais completos, capazes de dar conta da realidade das cidades brasileiras.

Ao apresentarem à comunidade acadêmica as experiências decorrentes do processo de inventariação turística de Rosana, São Paulo, realizadas pelo Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística (LEPCOT), o trabalho tem o mérito de apresentar ao leitor um pouco do processo histórico, fragmentado e um tanto quanto aleatório, ligado aos debates em torno da inventariança turística no Brasil. Ademais, o texto traz o esforço de pesquisadores brasileiros, dentre os quais elas próprias, de buscar avançar na consecução de instrumentos próprios, mais preocupados com singularidades espaciais e culturais da enorme gama de destinos turísticos do Brasil, de maneira a privilegiar o manejo de informações e o diagnóstico, decorrentes do processo de inventariação, dentro do intrincado e complexo processo de planejar o turismo em terras brasileiras.

Por fim, o texto *O Desenvolvimento de Competências no Setor Hoteleiro Capixaba* explora o contexto profissional de socialização e aprendizado de práticas e competências profissionais alusivas à atividade hoteleira. A partir lócus empírico de estudo amparado em Vitória (ES), os autores Andreza Sampaio de Mello, Thiago Duarte Pimentel, Alfredo Rodrigues Leite da Silva e Mariana Pereira Chaves Pimentel evidenciam como os trabalhadores do setor hoteleiro, em seus diferentes níveis e cargos, adquirem saberes e competências a partir da experiência cotidiana de trabalho, da resolução de problemas e da interação profissional com os colegas. O texto tem o mérito de trazer à tona como ocorre o processo de formação de competências no ambiente de trabalho, que em geral se dá em função dos cargos ocupados e atividades exercidas, já que estas podem contribuir de forma mais direta e imediata para a empresa. Além disso, evidencia como o desenvolvimento desse aprendizado se dá de forma diferenciada, tanto por níveis hierárquicos quanto por tipos de conhecimentos (habilidades, atitudes e competências), o que nos leva a perceber melhor o processo de socialização organizacional e sua influência sobre a própria trajetória pessoal dos indivíduos.

Enfim, é com mais este número que vem a lume que desejamos brindar o esforço dessa equipe crescente de profissionais – editores, conselheiros,

revisores – e estudantes que trabalham com o intuito de levar o melhor e mais atual conhecimento em turismo até você leitor. Agora, convidamos você a se juntar a nós brindando também esse empenho coletivo que ora se materializa em mais esta edição.

A todos uma ótima leitura!

Thiago Duarte Pimentel
Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior
Co-editores

Trajetória Acadêmica do Professor Dr. Edegar Luis Tomazzoni

Por Edegar Luis Tomazzoni

1 MOTIVO DA ESCOLHA DA ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS PARA ATUAÇÃO ACADÊMICA

A escolha para atuar como docente e pesquisador na área de Ciências Sociais é decorrência de um processo natural de profunda identificação pessoal e profissional com a administração, com o turismo e com o lazer, como campos acadêmicos e teórico-práticos. Exemplos de fatores determinantes para esta escolha desse campo de atuação foram sua formação cultural, acadêmica e as potencialidades e oportunidades de desenvolvimento e projeção dos valores culturais e socioeconômicos pela área.

Por um lado, a fase empresarial de sua trajetória profissional foi em razão da formação acadêmica, por outro lado, a experiência profissional proporcionou-lhe conhecimentos para realizar estudos e pesquisas, especialmente no Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, no qual produziu dissertação sobre organização e gestão de eventos. Foi o único aluno egresso do Programa convidado a atuar profissionalmente em docência, pesquisa e orientação no próprio Mestrado.

A identificação espontânea entre a vocação e competências com a docência – ensino e pesquisa – confirmou-se pela realização do doutorado em Ciências da Comunicação, com ênfase em Turismo e Desenvolvimento Regional, na Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo, onde defendeu a tese em março de 2007. O contexto de pesquisa de campo foi o Arranjo Produtivo Local (APL) ou cluster de Turismo da Região das Hortênsias (Serra Gaúcha), um dos mais importantes destinos turísticos do Brasil.

2 FORMAÇÃO, APERFEIÇOAMENTO E ATUALIZAÇÃO

A decisão de cursar a graduação em Engenharia Química foi em razão da necessidade de fortalecer habilidades em ciências exatas, apesar de sua vocação ter sempre sido relacionada às Ciências Sociais. Havia, ainda, a expectativa de que a Engenharia Química proporcionar-lhe-ia espaço para a inovação em campos diversos como a criação de novos materiais. Decidiu concluir o curso para obter o diploma, enquanto prospectava outras áreas de estudos e de atuação profissional.

Após participar do inédito Programa de Formação e Desenvolvimento de Empresários do Núcleo de Estudos em Comércio Internacional, da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), criou uma empresa na área de eventos, em Caxias do Sul.

Poder-se-iam destacar diversas realizações dessa fase da carreira, mas, em razão da atuação da EACH-USP, que oferece cursos em têxtil e moda, destaca-se a FENAMALHA - Feira Nacional da Malharia e Vestuário. Ao longo de mais de dez edições de frequência anual (1988 a 1997), foi a maior feira de negócios de moda outono-inverno do país, com impactos e retornos significativos, tanto para o setor têxtil e moda quanto para o turismo.

Na sequência da atuação empresarial, a formação em docência e em pesquisa foi uma oportunidade gratificante, proporcionada pelo Mestrado Acadêmico de Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Além disso, a dissertação de mestrado proporcionou-lhe enriquecimentos cognitivos, com base nas análises dos eventos realizados (feiras de negócios, festivais culturais e gastronômicos, seminários de turismo).

Antes de atuar como docente na academia, já havia atuado como organizador e como professor de cursos de formação de guias de turismo. Na condição de bolsista do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, recebeu convite da coordenação do Curso de Administração em Comércio Exterior para criar e ministrar a disciplina Turismo e Comércio Internacional.

No Doutorado, na Universidade de São Paulo (USP), além das disciplinas obrigatórias, em razão da necessidade de conteúdos e de referenciais teóricos para desenvolver a tese, cursou, como aluno especial, disciplinas de diversos programas de pós-graduação da Universidade Federal do Rio Grande

do Sul (UFRGS): economia, administração, comunicação e educação. A linha da minha sua pesquisa com ênfase em turismo, certamente, foi um dos diferenciais para o ingresso como titular do PPGTUR da Universidade de Caxias do Sul, em razão da identificação com o objetivo geral do Mestrado em Turismo, que é o desenvolvimento turístico regional.

3 ATIVIDADES DOCENTES

Além de ministrar, desde 2002, disciplinas nas áreas de gestão de marketing, serviços e ética, nos cursos de Administração de Empresas e de Bacharelado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul - UCS, atuou na FSG (Caxias do Sul) e na ULBRA (Campus de Torres – RS).

As orientações de dissertações no Mestrado em Turismo proporcionaram-lhe desenvolvimento metodológico e crescimento intelectual. Da mesma forma, as orientações de trabalhos de conclusão de curso de graduação envolveram diversas áreas de conhecimento: eventos, roteiros, agências, hotelaria, sustentabilidade ambiental, gastronomia, lazer, manifestações e identidades culturais.

A coordenação de eventos acadêmicos diversos e de Grupos de Trabalho de Turismo e Desenvolvimento Regional, das edições de 2008 e 2009, do Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (SEMINTUR), foi um dos especiais indicadores de sua maturidade acadêmica.

A coordenação do Observatório de Turismo e Cultura (OBSERVATUR), da Universidade de Caxias do Sul proporcionou-lhe oportunidades importantes de explanações a professores, alunos, empresários, gestores públicos e privados, em eventos e reuniões regionais de trabalho. A constituição do Comitê Consultivo por autoridades públicas e empresariais do OBSERVATUR e a organização e participação nas duas edições da Jornada de Integração do Turismo da Serra Gaúcha são exemplos desse comprometimento.

4 ATIVIDADES DE GESTÃO

De 2008 a 2011 foi membro do Colegiado do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, um dos cinco programas do gênero do Brasil. Participou das bancas de comissões julgadoras de seleção de docentes para o PPGTUR

(Mestrado em Turismo) e para o PPGA (Mestrado em Administração, da UCS).

Na condição de representante do Colegiado do Mestrado em Turismo (PPGTUR), participou da Comissão de Hospitalidade, constituída pela Reitoria da UCS, em 13 de setembro de 2009. A comissão atuou ao longo de sete meses na reestruturação dos cursos das áreas de turismo, hotelaria e gastronomia da instituição. Foram demonstrações de consideração, apreço e confiança da reitoria e das coordenações da instituição à qual esteve vinculado.

Foi representante titular da UCS no Conselho Municipal de Turismo de Caxias do Sul (COMTUR). Sou um dos responsáveis pela criação do COMTUR, em 1991. Desde então, ocupou por duas gestões a vice-presidência, e a presidência, por duas gestões, reeleito por aclamação (unanimidade dos conselheiros).

Na EACH-USP, participa do GAP – Grupo de Apoio Pedagógico, que tem a função de discutir as condições de estrutura, de ensino e de pesquisa da unidade. No Curso de Lazer e Turismo, integra as comissões de Relações Institucionais e de Convênios Internacionais.

5 PRODUÇÃO CIENTÍFICA

Nos último quatro anos, apresentou e publicou artigos em autoria individual e em coautoria. Foram 18 artigos em congressos, dois em 2007 (um no Congresso da UFPB e um do Seminário da ANPTUR (SP)); quatro em 2008 (um no Seminário ANPTUR (MG), dois em Santiago do Chile e um no SEMINTUR); dois em 2009 (um no Seminário da ANPTUR (SP) e um no XI SIT, em Curitiba), quatro em 2010 (dois do SEMINTUR, dois no Seminário ANPTUR (SP)); dois em 2011, um no ANPTUR e um no SEMINTUR em 2012.

Publicados em periódicos, entre mais de 23 trabalhos, destacam-se os seguintes artigos completos: um na Revista Em Questão (UFRGS, 2006); um na Revista Turismo em Análise (USP, 2007); um na Revista Fênix (MG); quatro na Revista Observatório da Inovação do Turismo, da FGV (2008); um na Revista Organizações & Sociedade, da UFBA (2009); um na *Revista Études Caribéens* (2010); um na Revista Brasileira de Turismo – RBTUR; um no Revista OIT – Observatório da

Inovação do Turismo e dois aceitos para publicação, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, da Argentina, um aceite para pela Revista Turismo em Análise (USP), um pela *Revista Tourism & Management Studies Journal*, de Portugal e um artigo na Revista ABET – Anais Brasileiros de Turismo (UFJF).

Publicou capítulos no livro Turismo: Múltiplas Abordagens, publicado em 2009, pelo Centro Universitário Feevale de Novo Hamburgo (RS) e no livro Políticas Públicas e Planejamento Estratégico em Clusters de Turismo, editado pelo Professor Mário Beni e publicado pela Editora Manole (São Paulo). Publicou o capítulo Hotelaria e hospitalidade na Serra Gaúcha: recursos humanos, gestão estratégica da qualidade e empreendedorismo. In: GASTAL, Susana (Org.). O olhar do turismo sobre a Serra Gaúcha: livro comemorativo aos 10 anos do Programa de Pós-Graduação em Turismo – Mestrado da Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul: EDUCS, 2012. Publicará, em 2013, o capítulo Turismo e Desenvolvimento do Mercosul, no livro Gestão Pública do Turismo, organizado por PIMENTEL, Thiago (UFJF), TOMAZZONI, Edegar (EACH – USP) e EMMENDOERFER, Magnus (UFV),

Uma de suas publicações mais importantes é o livro Turismo e Desenvolvimento Regional: Dimensões, Elementos e Indicadores, lançado em 2009 pela Editora da Universidade de Caxias do Sul (EDUCS). Esse livro é resultado de uma trajetória de trabalho que teve seu ápice no período de 2004 a 2007, com a produção da tese de doutorado na Universidade de São Paulo (USP).

6 DOCÊNCIA E PESQUISA NA ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES (EACH), DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Na docência da graduação nos diversos cursos da EACH-USP, tem ministrado as disciplinas de Resolução de Problemas I (RP I), Resolução de Problemas II (RP II), Estudos Diversificados: Aspectos Humanísticos e Qualitativos do Desenvolvimento Socioeconômico. No Curso de Lazer e Turismo, é responsável pelas disciplinas de Formação de Redes em Turismo e de Lazer e Turismo e Desenvolvimento Socioeconômico, além da disciplina de Orientação de Trabalhos de Conclusão de Curso Graduação.

Tem participado de eventos, proferindo conferências e como avaliador em bancas, de artigos

em periódicos (Turismo em Análise, Turismo e Administração Pública, Anais Brasileiros de Turismo, Revista Competência) e de eventos como o Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (SEMINTUR) e o Congresso Latinoamericano de Investigação Turística (CLAIT). No CLAIT 2012, foi diretor da modalidade do Eixo 3 - Planejamento e Gestão de Empreendimentos Turísticos, e, no SEMINTUR 2012, coordenou o Grupo de Trabalho Turismo e Desenvolvimento Regional.

No dia 14 de dezembro de 2011, atendeu convite para proferir a palestra mais importante da primeira Conferência Estadual de Turismo, realizada pela Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul, com mais de 1.200 participantes. O tema da palestra foi “Destino Rio Grande do Sul: Identidade, Consolidação e Posicionamento Estratégico”.

Entre as pesquisas, desenvolve um projeto com o objetivo de analisar a gestão e o desenvolvimento dos serviços de lazer e turismo na cidade de São Paulo. Os indicadores quantitativos e qualitativos são coletados junto às organizações representativas dos segmentos, de acordo com fundações teóricas, técnicas e científicas da inovação e da competitividade do cluster de turismo.

De acordo com o caráter multidisciplinar da EACH-USP, dedica-se também à docência de pós-graduação. É articulador da implementação do Mestrado em Turismo da Unidade e membro da Comissão Coordenadora do Programa de Pós-Graduação (CCPG) em Turismo e Lazer.

É pesquisador visitante do Instituto de Relações Internacionais (IRI) da Universidade de São Paulo (USP), onde desenvolve, na primeira etapa, a pesquisa Fatores Determinantes da Cooperação no Âmbito do Mercosul. Na segunda etapa, enfocará A Cooperação Técnica para o Desenvolvimento do Turismo no Mercosul.

Integra o grupo de pesquisa do Mestrado em Mudança Social e Participação Política da EACH-USP, Memória, Patrimônio Cultural e Natural, Turismo e Desenvolvimento Local. O grupo, criado em 2009, é liderado pela professora Dra. Silvia Helena Zaniratto (coordenadora do PROMUSPPP e pelo Professor Dr. Andrea Cavicchioli). Os objetivos são investigar e estudar a relação entre turismo, cultura e desenvolvimento. Em março de 2013, será docente pleno (orientador), credenciado por esse Mestrado.

Externamente à USP, participa do grupo de pesquisa Conhecimento, Organização e Turismo (COGITO), criado em 2012, liderado pelo Professor Dr. Thiago Duarte Pimentel, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Embora recente, o grupo apresenta uma série de resultados de produção, transferência e aplicação de conhecimento, em diversas linhas temáticas.

Na equipe da área de Turismo e Lazer da USP, abrangendo a EACH e a ECA, é o docente que mais têm pontuação de produção e de publicações de artigos em periódicos científicos nos últimos três anos e também o docente que mais orientou dissertações de mestrado e trabalhos de conclusão de cursos de graduação.

São Paulo, 14 de fevereiro de 2013.

Recebido em 14 de fevereiro de 2013.

Aprovado, em sua versão final, em 21 de fevereiro de 2012.

Texto convidado.

As Contribuições do Sistema Gastronômico Galeto Al Primo Canto para o Patrimônio Cultural e para o Desenvolvimento Turístico de Caxias do Sul (Brasil)

Edegar Luis Tomazzoni¹

Resumo

O presente artigo estuda o caso da Galeteria Peccini, constituída pelo conjunto hotel e restaurante, localizada em Caxias do Sul, que se destacou no campo gastronômico. Essa galeteria desenvolveu-se como especialização de uma empresa familiar que já atuava com comida caseira. Nasceu, em 1950, como pioneira na cidade a introduzir o galeto al primo canto no seu cardápio comercial, representando o espírito empreendedor e a realização de uma visão inovadora da família. O objetivo geral da pesquisa é compreender os processos cultural, histórico e turístico de Caxias do Sul, que possibilitaram desenvolver o galeto al primo canto como sistema gastronômico. A pesquisa foi realizada por meio de fontes primárias, com técnicas da história oral e bibliografia pertinente. Com base na investigação, constatou-se a importância do galeto al primo canto como sistema alimentar e como patrimônio cultural, além de motivador de passeios de lazer e de turismo.

Palavras-chave: Turismo Gastronômico. Galeto al Primo Canto. Patrimônio Cultural. Caxias do Sul.

THE CONTRIBUTIONS OF THE GASTRONOMIC SYSTEM GALETO AL PRIMO CANTO FOR THE CULTURAL HERITAGE AND THE TOURISM DEVELOPMENT OF CAXIAS DO SUL (BRAZIL)

Abstract

This paper studies the case of Galeteria Peccini, consisting of the group of hotels and restaurants, located in Caxias do Sul, which stood out in the gastronomic field. This galeteria expertise was developed as a family business that has already served with homemade food. It was inaugurated in 1950 as a pioneer in the city introducing the Galeto al primo canto in its business menu, representing the entrepreneurial spirit and the realization of an innovative vision of the family. The objective of the research is to understand the cultural, historical and touristic processes of Caxias do Sul, which enabled developing Galeto al primo canto as a gastronomic system. The research was conducted through primary sources, oral history techniques and relevant literature. Based on the research, it showed the importance of the Galeto al primo canto as a food system and as cultural patrimony, besides being a motivator of tours and leisure tourism.

Keywords: Gastronomic Tourism. Galeto Al Primo Canto. Cultural Heritage. Caxias do Sul

LOS APORTES DEL SISTEMA DE GASTRONOMÍA POLLO AL PRIMO CANTO PARA EL PATRIMONIO CULTURAL Y PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE CAXIAS DO SUL (BRASIL)

Resumen

Este trabajo estudia el caso de Galeteria Peccini, que consiste en conjunto de hotel y restaurante. Situada en la ciudad de Caxias do Sul, se destacó en el campo gastronómico. La galeteria se desarrolló como un

¹ Doutor em Ciências da Comunicação com Ênfase em Turismo pela Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Docente da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: eltomazzoni@usp.br

negocio familiar de la comida hecha en casa. Nació en 1950 como una empresa pionera en la ciudad por introducir el pollo al primo canto en su menú del comercio, lo que representa el espíritu emprendedor y la realización de una visión innovadora de la familia. El objetivo de la investigación es comprender el proceso cultural e histórico y turístico de Caxias do Sul, que permitió el desarrollo del pollo al primo canto como un sistema de la gastronomía. La investigación se llevó a cabo a través de fuentes primarias, de las técnicas de historia oral y de la literatura relevante. La investigación mostro la importancia del sistema gastronómico como pollo al primo canto como patrimonio cultural motivador de viajes a turismo de ocio.

Palabras clave: Turismo Gastronómico. Pollo Al Primo Canto. Patrimonio Cultural. Caxias do Sul.

1 INTRODUÇÃO

A tradição culinária faz parte do conjunto de referências que constrói a identidade. O galetto é, para a região dos imigrantes e seus descendentes, um dos pontos de referência que compõem a memória coletiva.

Em Caxias do Sul, na região da Serra Gaúcha, entende-se por galetto al primo canto um conjunto de pratos. Na verdade, quando alguém diz que vai comer galetto, está subentendido que vai comer um conjunto de pratos, uma refeição completa, ou seja, sopa de agnolini, espaguete com molho de miúdos, polenta frita e/ou brustolada (grelhada), salada de radicci com bacon, salada de batata com maionese. Na Galeteria Peccini, comia-se até se faltar, o preço era por pessoa e dava o direito a meia jarra de vinho tinto ou branco. Destaca-se que, ainda hoje, o sistema de preço por pessoa e não por prato continua uma prática das galeterias, embora o vinho seja cobrado separadamente.

O galetto é um franguinho de leite com cerca de 25 dias de vida e pesa, no máximo, um quilo vivo e aproximadamente 500 a 700 gramas depois de desviscerado e depenado. Al primo canto significa primeiro canto, pois é um abate do animal ainda jovem, como é o do cordeiro mamão, da vitela ou dos leitões, apresentando, por isso, uma carne diferenciada pela maciez.

Para a leitura deste artigo, sempre que se

referir ao galetto al primo canto, fica esclarecido que estar-se-á utilizando o segundo significado, ou seja, trata-se de um sistema alimentar completo.

O estudo enfatiza o pioneirismo e a inovação da gastronomia desenvolvida na Galeteria Peccini, que transformou o galetto al primo canto em “prato local”, legitimado como representante de um grupo social, que, com o passar dos anos, foi aceito como elemento de identidade de Caxias do Sul, alastrando o conceito a toda a região que recebeu imigrantes italianos.

O objetivo geral da pesquisa é compreender os processos cultural, histórico e turístico de Caxias do Sul, que possibilitaram desenvolver o galetto al primo canto como sistema gastronômico.

Em razão disso, os objetivos específicos são:

- Identificar o significado e as contribuições da Galeteria Peccini para a construção de uma gastronomia típica da região de colonização italiana.
- Caracterizar as influências e os legados da Galeteria Peccini para a história e para o turismo da região.

- Analisar a visão inovadora na criação do galetto al primo canto como especialidade única no mundo.

- Mostrar que as comidas que compõem a especialidade galetto al primo canto são uma reconstrução pública e urbana de uma tradição alimentar camponesa do descendente do imigrante italiano.

O estudo sobre o galetto al primo canto e a invenção das galeterias foi por meio de pesquisa com análise qualitativa, de cunho informativo e de resgate da memória gustativa, com base na história da Galeteria Peccini. A pesquisa foi realizada em fontes primárias – manuscritos, matérias da imprensa, técnicas da história oral (entrevistas) – e em bibliografia pertinente, além de revistas acadêmicas.

2 EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

A essência do empreendedorismo é a imaginação, desenvolvimento e realização de visões, e é preciso que o empreendedor conjugue uma série de fatores visando um ambiente favorável para a conquista dos objetivos almejados (DOLABELA, 2006). O empreendedorismo tem conotação de prática, identificando-se com características comportamentais de iniciativa, dinamismo,

criatividade e inovação. Para Filion (1999), o empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Constata-se, entretanto, que, com o crescimento de estudos e pesquisas, há uma tendência de construir-se um novo campo de conhecimentos teóricos, por meio de pesquisas e estudos para entender o perfil empreendedor e o ambiente do empreendedorismo, que geram novos conceitos em gestão organizacional. Esses conhecimentos aplicam-se ao turismo, e essa contextualização considera que o turismo é uma atividade econômica relevante do setor de serviços, que contribui para impulsionar a indústria e o comércio.

Os estudos de Schumpeter sobre o empreendedorismo são um referencial para a teoria do desenvolvimento econômico. Em seu primeiro livro, *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, publicado em 1912, o economista analisou a função do empreendedor na criação do progresso e do avanço econômico. A economia de iniciativa privada sempre oferece grandes recompensas para novos produtos, novos métodos produtivos ou novos sistemas organizacionais.

Para Schumpeter, o desenvolvimento econômico acontece em processos cíclicos. Os ciclos nascem da organização dos empresários e de suas inovações, em agrupamentos denominados metaforicamente de enxames de empresários e definidos como clusters, em que os pioneiros abrem as portas para outros empreendedores.

Schumpeter construiu e expôs uma nova dialética do capitalismo. O proprietário do capital pode intitular-se empreendedor se aplicar os recursos em inovação. É empreendedor o gerente que coloca em prática a inovação tecnológica, não o acionista. Uma das características principais atribuídas ao empreendedor por Schumpeter é a capacidade de superar as resistências do meio social e de enfrentar dificuldades, principalmente de superar o obstáculo do aspecto comportamental de tendência ao comodismo. Por não dispor de dados objetivos e seguros para calcular os resultados, o empreendedor tem a competência de lidar com a incerteza, planejar e implementar estratégias inovadoras.

A inovação é a razão do desenvolvimento, e não existe inovação sem o empreendedor. Para Schumpeter, as inovações classificam-se em:

a) introdução de novos produtos; b) criação de novos métodos de produção; c) abertura de novos mercados; d) descoberta de novas fontes de matérias-primas; e) estabelecimento de novas formas de organização de pessoas.

Para Schumpeter (1988), auferirá lucros elevados a primeira pessoa que oferecer custos mais baixos ou novos produtos que despertem o interesse do consumidor. O empreendedor é essa primeira pessoa, e suas contínuas inovações geram o crescimento e a mudança característicos da sociedade capitalista. Os empresários são a força motora do capitalismo. Eles assumem os riscos, promovem o crescimento e criam o mercado. Schumpeter fez a afirmativa espantosa de que a maioria das mudanças nas mercadorias tinha sido “imposta aos consumidores”. Inicialmente resistentes, os consumidores finalmente sucumbiam às “pirotecnias” da propaganda (HUGON, 1984; HUNT, 2005).

O conceito de empreendedor é abrangente, pois a sociedade não é centrada somente na economia e no mercado. A criatividade, a inovação e a iniciativa são características comportamentais, técnicas e gerenciais inerentes à pessoa, como ator social, agente de mudanças e do desenvolvimento, nos campos cultural, político e ambiental. Na definição de papéis, responsabilidades e funções das organizações sociais, o empreendedorismo é a premissa da transformação positiva das sociedades em desenvolvimento.

Para Drucker (2001), em todas as organizações, em todos os empreendimentos, há necessidade da competência fundamental da inovação. O empreendedorismo associa-se à inovação sistemática, por meio da identificação de novas oportunidades para satisfazer necessidades. De acordo com Manual de Oslo (FINESP, 2004), a inovação é a implantação e a comercialização de um produto com características de desempenho aprimoradas, por meio de mudanças de equipamentos e recursos humanos.

Em turismo, a razão e o fundamento da sustentabilidade ambiental e cultural são o empreendedorismo na gestão do ciclo de vida dos produtos, roteiros, atrativos e destinos turísticos. Mesmo os benefícios intangíveis podem ser convertidos em valores monetários, e, ainda que seja difícil mensurá-los, orientam importantes decisões organizacionais (FINEP 2012).

Esses conceitos e teorias aplicam-se ao turismo, constituído mercadologicamente por diversos segmentos. Ansarah (2005) destaca desde o segmento de turismo científico, até o segmento de turismo espacial. A autora manifesta, entretanto, uma preocupação, questionando: “o mercado está preparado, em todos os níveis hierárquicos de uma empresa, para atender e satisfazer uma demanda tão diversificada?”. Um segmento turístico pode abranger públicos com interesses diversificados, e os atores responsáveis devem ter competências para administrar todos os aspectos da relação oferta-demanda.

Beni (2002) destaca que o turismo cultural se dá a partir da atração das regiões turísticas que produzem expressões e atividades como: artesanato; idioma; tradição; gastronomia; arte e música; história da região; trabalho que os habitantes desenvolvem e a tecnologia que utilizam; arquitetura que confere a uma área aparência peculiar; religião com suas manifestações habituais; sistemas educativos; vestimentas (trajes típicos); atividades diferentes ou excitantes de lazer. Verifica-se, portanto, que a gastronomia é segmento do turismo cultural.

Lohmann e Panosso Netto (2008) enfatizam que um dos desafios dos empresários e profissionais do turismo é oferecer produtos para públicos que têm modos de pensar e desejos diferentes. Para o turista da sociedade da experiência, as experiências em hospitalidade devem ser memoráveis.

3 A TRADIÇÃO E MEMÓRIA

A percepção de como o gosto atua na nossa memória pode ser compreendida nos estudos de Halbwachs e Benjamim. Para Halbwachs (2006, p.65), “[...] a força e a duração da memória coletiva têm como base um conjunto de pessoas, os indivíduos, que se lembram, como integrantes do grupo”.

Dessa forma, o reconhecimento do galeto na memória local dá-se por uma dupla aceitação. Primeiramente, pelo próprio grupo social formado pelos imigrantes e seus descendentes, que se identificam e admitem ser identificados com esse gosto, com essa especialidade, pois “[...] cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva (HALBWACHS, 2006, p.69). O segundo reconhecimento é projetado pelos de fora, ou seja, os não descendentes de imigrantes

italianos, que percebem no galeto al primo canto o gosto da tradicional comida da região. Essa forma de memória é involuntária, age pelo campo afetivo, é espontânea, sem imposição, dentro e fora do grupo social. Também pode ser exercida de forma voluntária, como quando alguém quer se lembrar um gosto, um sabor que ficou na sua memória. Corção (2006) diz que:

Benjamim percebe a memória como resultado das experiências humanas, dividindo-a em memória involuntária e memória voluntária. A diferença entre as duas reside na relação do indivíduo com o seu contexto presente e suas experiências passadas. A memória voluntária é o exercício da lembrança, enquanto a memória involuntária é resultado de reminiscências.

O prazer de comer e as imagens formadas na memória fazem o indivíduo repetir a experiência e criam a tradição. Assim, quando os descendentes de imigrantes comem galeto, se sentem pertencentes ao grupo. Também quando os de fora do grupo comem o galeto, interagem com os de dentro, com a sua história e sua cultura. A coesão e o fortalecimento da identidade do grupo e entre grupos pela memória gustativa reforçam o sentimento de pertença e mútua aceitação.

A repetição estabelece uma tradição legítima, surgida no coração da Pérola das Colônias². Essa tradição não é cristalizada em suas formas, pois, na medida em que se distancia das origens, outros alimentos são incorporados, transformando o original e evoluindo sem, no entanto, deixar suas raízes gustativas.

Santos (2005) cita a obra de Hobsbawm e Ranger para dar suporte teórico às tradições culinárias:

Os hábitos e práticas alimentares de grupos locais, práticas estas distantes ou recentes que podem vir a constituírem-se em tradições culinárias, fazem, muitas vezes, com que o indivíduo se considere inserido num contexto sociocultural que lhe outorga uma identidade, reafirmada pela memória gustativa. Tal reflexão encontra guarida explicativa na obra A

² Essa é uma expressão utilizada como elogio ao desenvolvimento da cidade de Caxias do Sul.

invenção das tradições, organizada por H. Hobsbawm e E. Ranger, com a segunda edição publicada em português, em 1997, a qual permite suporte teórico à questão das tradições culinárias.

As tradições inventadas, querendo significar tradições construídas de novo, emergem de forma a adaptar-se ao ambiente novo. Godinho, citado por Pacheco (In: LOUREIRO, 2004, p.8), diz que “[...] as tradições não são blocos rígidos que se mantêm inalterados; são, sim, complexos de legados e inovações de formas diferentes de memória e de transformações no próprio ser, num processo de permanente reorganização”. Esta é uma citação do livro de receitas tradicionais portuguesas do chef Hélio Loureiro (2004), que trabalha com receitas tradicionais sem, no entanto, perder a identidade que lhes são próprias. Na esteira do ensinamento de Eric Hobsbawm, *Inventing tradition*, 1988 entendem (os autores) que, em relação à gastronomia, também se pode falar de tradições inventadas, “querendo significar tradições construídas de novo”.

4 SANTA ALIANÇA: TURISMO E CULTURA GASTRONÔMICA

Com referência ao turismo, matéria recente, em se tratando da sua história, pode-se afirmar que a França é vanguarda, e seus resultados são comprovados. Quando se trata de gastronomia, pode-se dizer que a França preserva sua memória ao colocar sua cozinha no coração das preocupações identitárias. E, por último e não menos importante, para os franceses, a cozinha é um patrimônio nacional formado por uma diversidade provinciana que leva desenvolvimento a todas as regiões do Hexágono. A memória gustativa francesa, através da história e da cultura, promove o turismo naquele país, pois cada prato é um monumento da memória nacional.

Csergo (1998, p. 818) percebe que os guias de turismo começam a importar-se com os pratos locais, colocando-os no mesmo nível dos “acontecimentos gloriosos do lugar, do monumento histórico ou da paisagem natural”, oferecidos ao turista como algo importante de se ver e de ser experimentado e visitado, enfim algo que merece fruição. Desse momento em diante, segundo a mesma autora, acontece uma ampliação da importância da cozinha regional na França. Receitas são exumadas para se

levantarem monumentos gustativos para a glória local. Destaca-se que, muito tempo antes de surgir o movimento slow-food,³ o cozinheiro Édouard Nignon “deplora uma época em que são banidas a meditação e a paciência culinárias dos séculos passados: - ‘Fora a pressa!’, protesta ele, em 1926, em *Plaisirs de La table*” (CSERGO, 1998, p. 820).

Entre os anos 1930 e 1950, continuam as buscas para “[...] exumarem receitas do mais profundo das províncias” (CSERGO, 1998, p. 820). Constata-se que nesse período ocorreu na França uma forte combinação de interesses envolvendo *restaurateurs*, hoteleiros, associações e regionalistas que, apoiados pela imprensa local, divulgavam seus atrativos para os turistas. Além disso, muito antes de outros países, em 1923, os seus particularismos, as cozinhas locais e a sua diversidade eram percebidos como trunfo para o turismo francês.

Em 1923 são as cozinhas locais, e não a alta gastronomia francesa ou a cozinha internacional dos grandes hotéis de luxo, que têm acesso ao estatuto de obra de arte (como nona arte) com uma entrada triunfal no Salon d’automne, manifestação destinada a favorecer a expressão nacional em todos os setores artísticos: A mais bela característica da cozinha francesa, declara nessa ocasião Austin de Croze, é ser excelentemente regional; além disso, o conjunto constitui um todo homogêneo, proteiforme e perfeito, ou seja, a cozinha francesa. [...] Jean Charles-Brun é mais convincente: Cada província da França tem sua maneira de falar, sua sensibilidade particular, sua literatura, sua arte; possui

sua habilidade, suas velhas receitas, sua tradição gastronômica (CSERGO, 1998, p. 821).

Aprende-se com o exemplo francês que são as particularidades, as especialidades locais que enriquecem o turismo francês, sempre lembrando que a França manteve-se por muitos anos como o principal destino turístico do mundo, conforme

³ Slow Food é uma associação internacional sem fins lucrativos, fundada em 1989, como resposta aos efeitos padronizantes do fast food; ao ritmo frenético da vida atual; ao desaparecimento das tradições culinárias regionais; ao decrescente interesse das pessoas na sua alimentação, na procedência e sabor dos alimentos e em como nossa escolha alimentar pode afetar o mundo.

informação colhida em Rejowski (2000). Acredita-se que vários são os fatores que contribuíram para a construção da solidez do empreendimento turístico francês, e compreendê-los contribui para a construção do saber turístico.

Como estudar todas essas questões pelo viés da comida? Santos diz:

Dentre inúmeras ferramentas que o saber histórico aporta ao saber gastronômico, uma das mais relevantes é a noção de memória gustativa. A memória gustativa está associada ao cotidiano dos indivíduos. Alimentar-se no contexto de estudo da memória gustativa é entendido como uma noção que engloba diversos aspectos sociais e culturais cujo patrimônio não é somente das inovações, das aquisições, das criações, é também dos desaparecimentos, das perdas, das destruições. As críticas sobre certos estudos do passado em meio à dinâmica social revelam que alguns destacam certas práticas e marginalizam outras, no sentido de lhes dar legitimidade e significância social. Dessa forma, sempre bem acompanhados pela crítica histórica, os estudos da memória gustativa são uma das formas de memória que representam, no nível individual ou de grupo, o valor da permanência de vestígios do passado (SANTOS, 2005, p.12).

O entendimento de Santos (2010), em sua análise sobre a comida do Paraná, diz que os pratos locais são muito úteis como atrativos turísticos de uma identidade social:

Dessa forma, os pratos regionais fazem parte de um processo civilizatório, que, ao celebrar esta sociedade, se expressam como fatos sociais totais e se somam às realidades locais, permitindo emergências de novas formas de sociabilidades públicas e privadas. A partir daí se pode permitir uma viagem ecogastronômica [...]. Na lógica do território criado, a identidade aí construída é estimulada e propagada como uma forma de valorizar e diferenciar uma especificidade, uma tipicidade. Quanto mais típico este território ou esta rede, mais benefícios turísticos aportam para as cidades.

Santos destaca também que, no Brasil, é

essencial o conhecimento culinário por meio dos saberes e dos sabores, das técnicas de preparo, dos modos de fazer, pois a memória gustativa é agregadora e faz parte do conjunto das culturas regionais.

Em Caxias do Sul, o galetto al primo canto foi um motivador de visitas, como comprova a entrevista feita com o jornalista Nestor Gollo, que, como radialista, foi um frequentador assíduo da galeteria para a sua prática profissional, e ele não deixa de enfatizar que as famílias locais também faziam parte do universo de clientes, além dos times de futebol, como se pode perceber em suas lembranças:

O Mendes Ribeiro organizava pessoalmente o roteiro quando vinha a Caxias, pois não deixava a Galeteria Peccini de fora, ele fazia questão de almoçar lá. [...] O pessoal da rádio Difusora, Caxias e Farroupilha sempre estavam lá. Era o lugar ideal para comer. Antigamente era o melhor lugar para se comer, todas as famílias iam para lá nos domingos. Eu sempre ia porque as delegações esportivas faziam as suas refeições lá. Tinha um salão nos fundos do hotel onde ficavam os clubes de futebol, então nos dirigíamos para lá para fazer o nosso trabalho.

Garçon, desde 16 de fevereiro de 1950, na Galeteria Peccini, com a alcunha de “Alemão”, Edvino Wents destaca alguns clientes:

De jornalista tinha o Dante Andreis, Nestor Gollo, Osvaldo de Assis, Renato Müller, Jimmy Rodrigues, que vive ainda hoje, [...] fora outros. Bom, eu servi João Havelange, que hoje é presidente da FIFA. Ele veio aí fazer uma vistoria de um negócio de futebol. Quem o acompanhou, foi o Dante Andreis. Depois veio o Meneghetti, foi governador do Estado, o Brizola eu servi e outros. O Pelé, o Santos teve aqui em 1954, dormia lá no Real Hotel e vinha fazer as refeições aí no Peccin. [...] O Pelé tinha 17 anos. O Mazzaropi também parou ali. Aquele outro, o Carlos Maya, que hipnotizava pessoas, parou lá também, ficou 15 dias, dando show. Eu ia lá no Ópera para ver se ele conseguia me hipnotizar (sic).

Além dessas, outras entrevistas foram realizadas com parentes, funcionários e clientes que vivenciaram a Galeteria Peccini nos seus tempos áureos. Pode-se observar, na recordação da historiadora Loraine Giron (2009), que, além de citar alguns vizinhos, também se recorda dos donos. Sua memória remete às reminiscências do passado e à ludicidade das lembranças. “Os clientes variavam de dia a dia, em geral os vizinhos como dona Adelaide Rosa, Heitor Franzoi e família, os Boff, os Cesa e os Biaziaori (do posto), que viviam na quadra e que, de vez em quando, estavam lá”. Além disso, explica por que gostava de galeto e sua significância:

Frequentei todas as galeterias da cidade, do Peteffi ao Zanotto, gostava do cardápio, pois lembrava o das festas familiares da minha infância (em vez de galeto caça ou passarinhada). Mas sabia que o primeiro tinha sido o do Pessin (agora Peccini). Os outros seguiram o modelo que deu certo.

A entrevistada complementa contando que toda a família gosta de galeto, e que, quando “o filho paulista vem a Caxias do Sul, exige o périplo dos galeto: passa um a um dos que sobraram e dos novos”.

Com essas considerações, tratou-se de chamar a atenção para a importância da gastronomia local como motivadora da curiosidade, da saciedade física, biológica e espiritual dos turistas.

4.1 O GALETO AL PRIMO CANTO: PATRIMÔNIO CULTURAL E MONUMENTO LOCAL

Nas últimas décadas, o estudo, a compreensão e o interesse no que diz respeito ao patrimônio levaram os pesquisadores a novas interpretações da abrangência do termo. Ocorreu com o patrimônio o que aconteceu com outros estudos. Depois de ter explorado o concreto, o cal e a pedra, o tangível, o individual, ele se aproxima do imaterial, expande-se ao coletivo e ganha destaque pela memória oral pela qual se perpetuam os saberes e fazeres dos grupos sociais que compõem a diversidade brasileira.

O exemplo francês é inspirador para a utilização da gastronomia local como atrativo. Os pratos tradicionais das localidades são motivadores que provocam a visita dos turistas. A cultura

local representada pela sua comida também conta história e revela a construção de uma sociedade. Os pratos locais e tradicionais têm, na sua história, os elementos que são as glórias locais e, por meio dela, se transformam em patrimônio imaterial, pois estão ligados ao processo permanente de transformação na forma de herança cultural. As relações culturais, que são reveladas pela alimentação, compõem o que Santos (2008) denomina de Santa Aliança, representada pela gastronomia, pela tradição, pelo turismo e pelo desenvolvimento.

A história de um povo contém múltiplas peculiaridades e curiosidades que podem ser apreciadas pelos turistas, onde se constata que a comida local é um desses atrativos. A comida não é somente coadjuvante, mas tema principal para o turismo (TOMAZZONI, 2009, p. 95).

Os turistas podem movimentar-se para comer, isto é, a comida é motivadora de viagens e de fruição, pois está vinculada à história local. Uma boa comprovação são as estrelas do guia Michelin, que se definem da seguinte forma:

Em 1926 surgiu pela primeira vez a estrela da boa mesa para os restaurantes citados no guia. A segunda e terceira estrelas nasceram em 1931 para o interior e em 1933 para Paris. [...]: uma estrela significa uma mesa muito boa em sua categoria, duas estrelas valem o desvio, três estrelas valem a viagem (2009).

A história e cultura da alimentação são o principal foco de estudos do grupo de pesquisadores da Universidade Federal do Paraná, (www.historiadalalimentacao.ufpr.br), cujo tema apresenta estreita vinculação com o turismo. Le Goff (2003, p. 526) diz que os monumentos são heranças do passado, e os documentos uma escolha do historiador. Na medida em que o galeto al primo canto é um complexo culinário formado por diversos pratos que remetem a um sistema agrário, gastronômico e a hábitos herdados, torna-se um monumento. “O monumento é tudo aquilo que pode evocar o passado, perpetuar recordação, por exemplo, atos escritos.” Le Goff (2003, p.526) diz ainda: [...] o monumento tem ainda a característica

de “ligar-se ao poder de perpetuação, voluntária ou involuntária, das sociedades históricas (é um legado à memória coletiva) e o reenviar a testemunhos que só são escritos parcela mínima”.

O consumo da comida local, o chamado prato típico, ainda não tem o apoio que deveria ter dos órgãos públicos e privados na divulgação do turismo local. Contextualizando os pratos locais no paradigma anterior, percebe-se que o uso das “glórias locais”, de que fala Csergo (1998), ainda é pequeno no Brasil, muito distante da França, que faz da sua cozinha um grande motivo para conhecer o país.

4.2 A GALETERIA PECCINI NO CONTEXTO DA CULTURA CAXIENSE E BRASILEIRA DA IMIGRAÇÃO ITALIANA

A Galeteria Peccini, parte do conjunto “hotel e restaurante”, localizada em Caxias do Sul, destacou-se no campo gastronômico. Desenvolveu-se como especialização de uma empresa familiar que já atuava com comida caseira. Nasceu, em 1950, como pioneira na cidade a introduzir o galetto al primo canto no seu cardápio comercial.

Ao transpor as iguarias da sua cultura para Caxias do Sul, o principal centro urbano das colônias italianas, Lauthério Peccini inventou a galeteria, uma nova modalidade de restaurante especializada na comida dos descendentes de imigrantes italianos. É uma especialidade tradicional que se distinguiu das demais comidas ofertadas comercialmente em Caxias do Sul por ser étnica e abundante.

A fartura do serviço é emblemática e revela uma mesa transbordante de alimentos. Esse serviço caracteriza-se por um preço por pessoa, que come até ficar satisfeita, contrariando o costume de vender a comida de forma que à cada porção é atribuído um valor. O serviço revela um traço forte da região e que pode ser entendido pela lenda medieval do país da “Cocanha”, símbolo da cultura camponesa, em que os desejos alimentares são todos satisfeitos.

O estudo do galetto al primo canto revela o modelo agrícola que mudou a natureza da região colonial italiana, criando uma paisagem segundo a cultura dos imigrantes italianos. À natureza modificada culturalmente são acrescidos os valores sentimentais, como o de pertença, de coesão social pela afetividade, da memória da história do grupo. Essa história também liga os descendentes do grupo a determinados alimentos por meio de sentimentos

adquiridos dos pais e avós, como se cada indivíduo tivesse vivido as experiências da imigração.

Outro aspecto que se constata é que se pode dar uma única resposta a duas indagações locais: (1) à invenção da galeteria e (2) ao empreendedorismo da indústria caxiense. O desenvolvimento de ambas deve-se ao fato de que os imigrantes deram uma resposta ao isolamento por meio das habilidades artesanais e desenvolveram soluções próprias para as suas necessidades técnicas.

Embora o recorte temporal inicial fosse inicialmente de 1950 a 1970, extrapolou-se o período, pois se entendeu, no decorrer do trabalho, que: (1) a família Peccini migrou da colônia para a cidade em busca de melhores condições de vida; (2) a família carregou consigo os costumes coloniais; (3) a cultura da família é um reflexo da época e pode ser percebido na oferta culinária, de modo especial no galetto al primo canto; (4) o galetto al primo canto é a transposição para o espaço urbano da síntese da comida que as famílias faziam quando celebravam seus encontros na colônia (meio rural), e o motivo do encontro dessas famílias eram as caçadas, que culminavam com o almoço festivo; (5) o estudo revelou que Lauthério Peccini contou, para montar o empreendimento, com uma organização familiar como força de trabalho com destaque para a irmã Itália, a esposa, Adélia, e os filhos mais velhos, Irineu e Valmor. Além dos familiares, ainda com Mathias D’Andreia (Mussolini) para auxiliar na construção de equipamentos que não existiam na época.

Lauthério Peccini foi inovador e empreendedor, pois criou um novo produto, o galetto al primo canto, agregando-lhe as demais iguarias que compõem a mesa típica da gastronomia dos descendentes de imigrantes italianos. Além de aplicar conhecimentos conquistados pela sua vivência agrícola e culinária, vislumbrou a oportunidade de conquistar clientes, em condições ambientais em que se conjugavam fatores favoráveis como a autenticidade da cultura local. Para a viabilização de sua visão empreendedora, Lauthério Peccini teve a atuação de uma equipe que garantiu a aplicação do principal capital do empreendimento, o capital humano. Ser constituída por pessoas da própria família foi outro aspecto favorável para o êxito, pois todos partilhavam os mesmos valores culturais e assimilaram o espírito empreendedor para realização da visão inovadora.

O galetto al primo canto é um prato com

características aprimoradas em relação ao que se oferecia até o início da década de 1950 e mantém-se plenamente atual. A inovação da família Peccini gerou um ciclo de prosperidade no segmento gastronômico em análise, pois, em decorrência do seu pioneirismo, surgiram vários outros estabelecimentos com as mesmas características em várias cidades do Rio Grande do Sul e também em outras cidades do Brasil. Confirma-se, portanto, a teoria schumpeteriana de que o inovador é o pioneiro, que abre portas para outros empresários, gerando-se agrupamentos de empresários (enxames), ou clusters.

A forte ligação dos diferenciais do serviço com a identidade da cultura dos descendentes de imigrantes italianos constitui-se em oportunidade de experiência memorável para os turistas, em razão do sabor exclusivo do galetto al primo canto e da variedade de pratos que formam o cardápio do sistema alimentar. A consolidação da imagem do galetto projetou a gastronomia da região de colonização italiana da Serra Gaúcha como segmento do turismo cultural. Em razão disso, agregou-se valor aos demais segmentos do cluster caxiense e regional de turismo, contribuindo para o seu desenvolvimento e para o desenvolvimento socioeconômico regional. A tendência é que se mantenha o ciclo de prosperidade do segmento das galeterias, pois a exclusividade e a autenticidade de sua proposta gastronômica evocam a hospitalidade que proporciona o conagraçamento familiar da cultura dos descendentes de imigrantes italianos, bem como dos descendentes das outras etnias que se identificam com seus costumes e suas tradições, e dos que se encantam com os aspectos originais de outra manifestação cultural.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo do pioneirismo, do empreendedorismo e da inovação da gastronomia desenvolvida na Galeteria Peccini, o objetivo do artigo foi compreender o processo cultural e histórico e turístico de Caxias do Sul, que possibilitou desenvolver o galetto al primo canto como sistema gastronômico. Em razão disso, discutiu-se e refletiu-se sobre a importância da gastronomia para o turismo. O foco é a gastronomia do ponto de vista de indutor de turismo e não um complemento para suprir as necessidades físicas e

biológicas do organismo humano.

Durante o século XIX, um contingente significativo de italianos migrou e se espalhou por diversos países em todos os continentes em busca de uma vida melhor. Mas só num lugar, entre tantos destinos, foi inventado um restaurante que conhecemos por galeteria e que se baseava no costume medieval de reunir-se após a caçada. É algo específico à cultura. Enfim, a galeteria é um caso único e original de identidade local e internacional. O papel da galeteria foi o de salvar um conhecimento da colônia e dos antepassados num espaço público e urbano. O que permaneceu na memória e na história ficou preservado nas galeterias. Assim, às galeterias coube o papel de dar continuidade ao saber fazer e transmitir esse conhecimento, isto é, o modo de fazer a comida ligado à identidade.

Nas diversas entrevistas realizadas com os descendentes de italianos da região, não há um que não mencione a temporada das caças e das passarinhadas, matriz do galetto al primo canto. Portanto, não há, nesse espaço (território da Serra Gaúcha), monumento que revele especialmente a história e a cultura da região da Serra Gaúcha: comer numa galeteria.

No Brasil rico em pluralidades, comer galetto al primo canto é ligar-se ao jeito caxiense de ser brasileiro, à memória, à história local. Igualmente, quando se come acarajé, há uma ligação aos baianos e ao seu jeito de ser brasileiro, assim como, quando se come queijo de minas, também se estabelece uma ligação ao jeito mineiro de ser brasileiro.

O trabalho tratou da memória gustativa da cidade de Caxias do Sul com base na especialidade galetto al primo canto, ofertada pioneiramente pela Galeteria Peccini a partir de 1950. O conjunto de pratos que compõem esta especialidade tem a sua referência na zona colonial de imigração italiana do Rio Grande do Sul, fazendo parte dos ritos, festas e celebrações promovidas pelas reuniões familiares.

Parodiando Montanari (1998, p. 868), pode-se dizer que o galetto al primo canto é uma tradição, e a tradição é filha da história e esta nunca é imóvel. A iguaria acompanha os camponeses desde a Idade Média, quando o costume dos romanos do pão, vinho e azeite cruzou com as caças assadas dos bárbaros, construindo um novo modelo alimentar medieval.

Finalmente, a máxima de Savarin “Dize-

me o que comes e te direi quem és” pode ser interpretada como: Aquilo que um indivíduo come, revela sua natureza social. Há o receio de que as particularidades sejam engolidas num mundo globalizado com tendência à homogeneização, mas Hall (1992) ensina que a comida local exerce um fascínio pela sua singularidade, pelo diferente. O fato de ser cidadão do mundo e tomar Coca-Cola não impede alguém de ser brasileiro e gostar de feijão com arroz, de ser gaúcho, tomar chimarrão e comer churrasco, de ser citadino e gostar de comer galeto al primo canto. Cada identidade tem a sua forma de expressão alimentar, sendo que uma não anula a outra.

Ainda que não fosse a intenção de Lauthério Peccini, ao inventar a galeteria, criou uma “redoma protetora” sobre a cultura gastronômica do colonato italiano, protegendo-a contra o desgaste do tempo, preservando os sabores da história e cultura da alimentação dos imigrantes italianos na região da Serra Gaúcha.

Para o turismo, destaca-se Câmara Cascudo, citado por Santos (2005, p. 18), quando diz que “[...] o alimento é um elemento fixador psicológico no plano emocional, e comer certos pratos é ligar-se ao local ou a quem o preparou”.

A importância da gastronomia fica evidenciada em eventos como o que ocorreu no Instituto Europeu de História e Cultura da Alimentação, nos dias 27 e 28 de novembro de 2009, na cidade francesa de Tours. Nesse evento, a indagação “A gastronomia vale o passeio?” vem estampada na capa do folder, estimulando os participantes a pensarem sobre a ligação entre gastronomia e turismo. Para criar um diálogo entre o turismo e a gastronomia, a história é usada para compreender a comida no tempo e no espaço, dando sentido às sensibilidades à mesa.

Diante do exposto nesta pesquisa, se compreende cada vez mais por que March Bloch (2001, p. 60) destacou o ditado árabe que diz: “Os homens se parecem mais com o seu tempo do que com seus pais”.

Este trabalho também poderia intitular-se: O país da Cocanha é aqui: a invenção da galeteria. Essa conquista foi em razão do espírito empreendedor do patriarca da família Peccini.

ANSARAH, M. *Turismo e segmentação de mercados: novos segmentos*. In: TRIGO, Luiz G. (Ed.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.

BATISTA, C. M. *Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural*, In: *Caderno Virtual de Turismo*, 17. set. de 2005.

BENI, M. C.. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

BLOCH, M. *Apologia da história, ou o ofício de historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BONI, L. A. de; COSTA, Rovílio. *Far la Mérica: a presença italiana no Rio Grande do Sul*. [S.1.]. Riocell, 1991. V.3.

CAXIAS DO SUL, Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal da Cultura. *Revista Memória de Caxias do Sul pelo viés do patrimônio tombado*. Caxias do Sul: Grafilme, 2008.

CORÇÃO, M.. *Memória gustativa e identidades: de Proust à cozinha contemporânea*. Curitiba, 2006. Disponível em: <<http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br>> Acesso em 10 dez. 2011.

COSTA, R.; COSTELLA, I.; SALAME, P. A.; SALAME, P. J. (Orgs). *Imigração italiana no Rio Grande do Sul: vida, costumes e tradições*. Porto Alegre: Sulina, 1974.

COSTA, R. et al. (Orgs.) *Imigração italiana no Rio Grande do Sul: vida, costumes e tradições*. Porto Alegre: Sulina, 1974.

CSERGO, J. *A emergência das cozinhas regionais*. In: FLANDRIN, J. L; MONTANAR, M. *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

DOLABELA, F. *O segredo de Luíza*. São Paulo: Cultura, 2006.

DRUCKER, P. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Thomson/Pioneira, 2001.

- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo v. 34, n. 2, p.05-28, abril/junho 1999.
- FINEP – Agência Brasileira de Inovação. Disponível em <www.finep.gov.br>. Acesso em 10 de Dezembro de 2012.
- GIMENES, M. H. S. G. *Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no Paraná – 1970/2003*. Tese (Doutorado em História) – Curso de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.
- GIRON, L. S. (Org.). *Colonos e fazendeiros: imigrantes italianos nos campos de Vacaria*. Porto Alegre: Edições Est., 2001.
- _____. L. S.; BERGAMASCHI, H. E. *Casas de negócios: 125 anos de imigração italiana e o comércio regional*. Caxias do Sul: Educs, 2001.
- _____. L. S.; BERGAMASCHI, H. E. *Colônia: um conceito controverso*. Caxias do Sul: Educs, 1996.
- _____. L. S.; BERGAMASCHI, H. E. *Terra e homens: colônias e colonos no Brasil*. Caxias do Sul: Educs, 2004.
- _____. L. S. *Dominação e subordinação: mulher trabalho na pequena propriedade*. Porto Alegre: Edições Est., 2008.
- HERÉDIA, V. B. M. *Processo de industrialização da zona colonial italiana*. Caxias do Sul: Educs, 1997.
- HUGON, P. *História das doutrinas econômicas*. São Paulo: Atlas, 1984.
- HUNT, E. K. *História do pensamento econômico: uma perspectiva crítica*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LE GOFF, J. *História e memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 2003.
- LOHMANN, G; PANOSSO NETTO, A. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LOUREIRO, H.; GONÇALVES, A.. *Receitas com tradição*. Lisboa: Quetzal Editores: Bertrand do Brasil, 2004.
- MONTANARI, M.; FLANDRIN, J. L. (Orgs). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- MONTANARI, M. *Comida como cultura*. São Paulo: Editora Senac, 2008.
- _____. *A fome e a abundância: história da alimentação na Europa*. Bauru: EDUSC, 2003.
- PECCINI, R.. *A invenção da galeteria: o galetto al primo canto e o patrimônio cultural de Caxias do Sul*. Caxias do Sul: Educs, 2011.
- PECCINI, R.; POSSAMAI, A. M. De P. *Turismo, História e Gastronomia: uma viagem pelos sabores*. Caxias do Sul: Educs, 2011.
- PESAVENTO, S. J. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- PITTE, J. R. Nascimento e expansão dos restaurantes. In: FLANDRIN, J. L.; MONTANARI, M. *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- POZENATO, K. M. M.; GIRON, L. S. Identidade: cultura e sociedade. In: *Métis: história & cultura*. Caxias do Sul: Educs, 2007.
- REBORA, G.. *La civiltà della forchetta: storie di cibi e di cucina*. Roma-Bari: Laterza & Figli Spa, 2009.
- SANDRI, A. *La polenta nella cucina veneta*. Padova: Franco Muzzio Editore, 1980.
- SANTOS, C. R. A. A Alimentação e Seu Lugar Na História: Os Tempos da Memória Gustativa. *História*. Questões e Debates. Curitiba: n. 42 jan/jun, 2005. v. 1, p. 11-31.
- _____. *O lugar da alimentação na história*. In: *Gastronomia: cortes & recortes*. 2. ed. Brasília: Editora Senac, 2007.

_____. *História da alimentação do Paraná*. Curitiba: Juruá, 2007.

_____. *Vida material e econômica*. Curitiba: SEED, 2001.

SARTI, R.. *Abitare, Mangiare, Vestire: nell'Europa moderna*. Bari (Italy) Laterza & Figli Spa, 2008.

SAVARIN, B. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SORCINELLI, P. Alimentação e saúde. In: FLANDRIN, J. L; MONTANARI, M. *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

SPANG, R. L. *A invenção do restaurante*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

TOMAZZONI, E. L. *Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores*. Caxias do Sul: Educ, 2009.

URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel - SESC, 1996.

Recebido em 14 de fevereiro de 2013.

Aprovado, em sua versão final, em 21 de fevereiro de 2013.

Artigo convidado.

Viajeros y turistas de Estados Unidos en periódicos y revistas de México. De la visión imperial del siglo XIX a la paternalista del siglo XXI

Dr. Arturo Santamaría Gómez¹

Resumen:

Los viajeros y turistas estadounidenses han visitado México por más de siglo y medio. A través de sus diarios, memorias y testimonios, ellos fueron los primeros en dar una visión de México dentro de su país. Hasta mediados del siglo XX su perspectiva y conclusiones eran claramente etnocentristas. Desde los años sesenta, influidos por los cambios culturales internos generados por los movimientos de sus minorías étnicas y por la revolución juvenil y cultural de esa época, la visión etnocentrista se va a haciendo más tolerante y pluralista. Los turistas estadounidenses contemporáneos, de la generación “baby boomer”, es decir, los nacidos entre 1945 y 1964, particularmente los jubilados que se establecen en México, ofrecen una visión más comprensiva e integradora de su vecino latinoamericano del sur.

Palabras clave: Viajeros. Turistas. Revistas. Imagen. México.

TRAVELERS AND TOURISTS FROM THE UNITED STATES IN MEXICO'S NEWSPAPERS AND MAGAZINES. FROM THE IMPERIAL VISION OF THE XIX CENTURY TO THE XIX CENTURY PATERNALISTIC ONE

Asbtrac:

Travelers and American tourists have visited Mexico for over a century and a half. Through their diaries, memories and testimonies, they were the first to give an overview of Mexico within their country. Until the mid-twentieth century their perspective and conclusions were clearly ethnocentric. Since the sixties, influenced by internal cultural changes generated by the movements of its ethnic minorities and by the youth and cultural revolution of that era, ethnocentric vision became more tolerant and pluralistic. Contemporary American tourists, of the “baby boomer”, that is those born between 1945 and 1964, particularly those who are retired and established in Mexico, offered a more comprehensive and inclusive vision than its Latin American neighbors from the south.

Keywords: Travelers. Tourists. Magazines. Image. Mexico.

VIAJANTES E TURISTAS DOS ESTADOS UNIDOS EM JORNAIS DO MÉXICO E REVISTAS. NA VISÃO IMPERIAL DO SÉCULO XIX AO SÉCULO XXI PATERNALISTA

Resumo:

Viajantes e turistas americanos visitaram o México por mais de um século e meio. Através de seus diários, memórias e testemunhos, eles foram os primeiros a dar uma visão geral do México no seu país. Até a perspectiva de meados do século XX e as conclusões eram claramente etnocêntricas. A partir dos anos sessenta, influenciada por mudanças culturais internas geradas pelos movimentos de suas minorias étnicas e da revolução jovem e cultural da época, a visão etnocêntrica foi se tornando mais tolerante e pluralista. Turistas americanos contemporâneos, da geração

¹ Dr. en Sociología por la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México), profesor e investigador de la Universidad Autónoma de Sinaloa desde 1982. autor de “El Nacimiento del turismo en Mazatlán” (1922-1972) “Del alba al anoecer. el desarrollo del turismo en mazatlán (1972-2004). “Estudio comparado de playas: Cancún, Acapulco, Los cabos y Mazatlán” y de nueve libros más sobre migración mexicana a estados Unidos. la obra más reciente es: “Inmigrantes y empresarios de Estados Unidos en Mazatlán” (2012).

“baby boomer”, ou seja, aqueles que nasceram entre 1945 e 1964, especialmente os aposentados estabelecidos no México, passaram a oferecer uma visão mais abrangente e inclusiva do que os seus vizinhos latino-americanos do sul.

Palavras-chave: viajantes. Turistas. Revistas. Imagem. México.

1 INTROCCIÓN

Este ensayo hace un repaso de varias obras de ciudadanos de Estados Unidos, que como viajeros, turistas, diplomáticos, periodistas y jubilados residentes en México, han dejado un testimonio de su época, y a la vez refleja los notables cambios en las perspectivas culturales para ver al otro. Los viajeros y turistas norteamericanos pasaron de un etnocentrismo y racismo muy extendido, aunque no absoluto, a un pluralismo sino absoluto, sí mayoritario.

En este ensayo se revisan por lo menos seis generaciones de escritores estadounidenses que escriben sobre México: los anteriores a 1848, cuando México pierde la guerra y la mitad de su territorio ante Estados Unidos; los posteriores a 1848, que visitan al País desde mediados de siglo y a lo largo de la dictadura porfirista que concluye con la Revolución de 1910. Una tercera generación es la que llega durante y después de terminada la revolución mexicana, y terminaría antes de la Segunda Guerra Mundial. Una cuarta, sería la de intelectuales críticos de Estados Unidos que se asilan y refugian en México desde los años treinta y hasta los años de los cincuenta. La quinta es la de jóvenes, artistas, académicos y turistas de los sesenta y setenta. Y una última la de los jubilados en México a partir de los ochenta y que se han incrementado en el nuevo siglo.

Es claro con esta revisión que los cambios culturales, incluyendo los políticos y económicos del país de origen determina en gran medida la perspectiva inicial que se tiene del país de destino. El país que se visita como turista puede reafirmar o confirmar juicios ideológicos establecidos previamente, pero también modificarlos. Durante más de un siglo y hasta la Segunda Guerra Mundial, los norteamericanos generalmente reafirmaban sus visiones previas de su vecino del sur. Sobre todo a partir de los sesenta del siglo XX, los viajeros y turistas estadounidenses que llegan en México tiene a elaborar una percepción más favorable y plural, e

incluso, amistosa.

El texto está dividido en etapas históricas de manera sincrónica, donde se hace un resumen de las memorias, ensayos, reportajes, e incluso guías turísticas de cada momento, que son interpretadas brevemente tanto por textos sociológicos de autores de su época, como por el análisis del autor del presente ensayo.

Tanto la crítica como el análisis no los presento en capítulos separados sino integrados a los reseñísticos y descriptivos. Su análisis sobre las informaciones presentadas en las secciones del texto e las justificativas que las embasan.

De la visión estadounidense sobre México de la primera mitad del siglo XIX a la de inicios del siglo XXI hay una notable diferencia. Se pasó de una crítica a prácticamente todos los usos y costumbres, hábitos y prácticas sociales de la sociedad mexicana, a la tolerancia e incluso a veces al elogio de valores culturales de rasgos tradicionales de la cultura mexicana. La visión era compartida por viajeros ocasionales, diplomáticos o escritores profesionales, es decir, era una visión societaria y no meramente individual y ocasional. No obstante, los mexicanos no han aprendido a ser plenamente modernos, según los cánones de la sociedad norteamericana y otras naciones capitalistas avanzadas.

En contraste con lo anterior, a lo largo de los siglos XIX y XX y los primeros años del XXI, la hospitalidad, cortesía y calidez de los mexicanos es lo que más han valorado los estadounidenses de los mexicanos. El estilo de vida de los baby boomers, en particular, se adapta con mayor facilidad a la sociedad mexicana que cualquier otra generación de estadounidenses que haya pasado por México. Y esto es así porque los baby boomers, o por lo menos muchos de ellos, lucharon o por lo menos presenciaron las luchas contra la segregación racial. En el contraste y balance que hacen las generaciones actuales de turistas estadounidenses sobre México, y más particularmente el que se hacen los baby boomers se inclinan por la aceptación y adaptación a una cultura que, precisamente por sus rasgos tradicionales, a ellos provenientes de una sociedad postindustrial, les parece más atractiva y conveniente para el descanso y la vida en retiro laboral.

2 DIFERENTES VIAJEROS EN LA HISTORIA Y LAS DISTINTAS VISIONES SOBRE MÉXICO

2.1 LOS PRIMEROS ESCRITOS DE VIAJEROS SOBRE MÉXICO: UNA VISIÓN FEMENINA

La vecindad geográfica y el alto grado de desarrollo económico que alcanzó Estados Unidos desde inicios del siglo XIX son dos de las razones que influyeron decididamente para que viajeros y turistas de ese país visitaran México desde entonces. Diplomáticos, banqueros, mineros, industriales, comerciantes, marinos, soldados, cazadores, aventureros, intelectuales y científicos, así como algunos turistas iniciaron desde hace casi dos siglos la antigua, constante y creciente incursión de estadounidenses a México.

Así como los mexicanos iniciaron en 1849 su larga tradición migratoria a Estados Unidos, un año después de que perdiera la mitad de su territorio a manos de su vecino del norte, los norteamericanos, incluso desde antes, ya lo hacían a México en plan de inversionistas, filibusteros, diplomáticos o viajeros curiosos. Dentro de ellos hubo un nutrido grupo de mujeres, entre las que predominaban esposas de diplomáticos o empresarios, que se establecieron por largos meses o años, en territorio mexicano, la mayoría de las veces en la capital nacional.

Fueron numerosos los personajes que dejaron testimonios escritos de la visión que se forjaron del país. De ese conjunto de retratos del México decimonónico y de inicios del siglo XX, los de las mujeres destacaron por su agudeza y variedad de tópicos. Son más conocidos los textos de las damas que residieron en la Ciudad de México, pero cada estado de la república conoce al menos uno de ellos. Mazatlán en particular goza de varios pasajes que le han dedicado escritoras y escritores estadounidenses.

De cierta manera, estas viajeras y viajeros fueron los antecedentes precoces de los jubilados extranjeros, sobre todo estadounidenses y canadienses, que empezaron a establecerse en México desde los años cincuenta del siglo XX, algunos de manera definitiva y otros como transmigrantes; es decir, como personas que circulan cíclicamente y por largas temporadas, y que mantienen una constante comunicación real y virtual entre México y sus países de origen, a lo largo de varios años.

Quizá el primero de los relatos sobre México, escritos por una mujer haya sido el de Mary Austin Holley, intitulado *Texas. Observations, Historical,*

Geographical and Descriptive (1833)². Mary Austin sostenía que los mexicanos eran incapaces de hacer productiva a la tierra y tan cobardes que podían abandonar sus propiedades en cuanto vieran aparecer a un anglosajón. Los mexicanos, insistía la señora Austin, “eran muy ignorantes y degradados, y en términos generales, son tímidos e irresolutos... indolentes, de moral suelta... muchos son infieles y envueltos en las más vulgares supersticiones...”.

Varios de los calificativos y características que la señora Holley veía en los mexicanos en los años previos a la guerra de 1847-1848, se van a repetir a lo largo del siglo XIX y en gran parte de la mitad del XX. El etnocentrismo estadounidense que acompañaba su acelerado e imbatible ascenso a la cúspide de las sociedades industriales de los siglos señalados no pudo resistir la crítica despiadada a las sociedades, como la mexicana, que no se parecían a él.

Las características culturales más relevantes de un pueblo suelen prolongar su vida con persistencia, pero no deja de sorprender que a lo largo de más de 170 años, los calificativos que le adjudicaron a los mexicanos, Mary Austin y la Marquesa Calderón de la Barca, nacida en Escocia pero criada en Estados Unidos, en su obra *Life in México, During a Residence of Two Years in that Country*, publicada en 1843, sean identificados también por el pensamiento más conservador de Estados Unidos en el siglo XXI.

Entre las conductas que percibe Madame Calderón³ del pueblo mexicano a escasos años de haber conseguido su independencia, estaba la pasividad cívica, rasgo constantemente criticado por propios y extraños en el México contemporáneo. La escritora, en un juego de contrastes, resalta la cortesía, humildad y bondad de la población rural, pero también la “pereza, inclinación al robo, a la suciedad y a otros mil vicios”, así como “el amor al juego”, “pasión inherente a la naturaleza humana y que ciertamente impregna a todo mexicano”, decía la señora Calderón.

Otra norteamericana que escribió abundantes

² Citado por Paredes, Raymund A., en “The Mexican Image in American Travel Literature, 1831-1869”, *New Mexico Historical Review* 52 (January, 1977), p.9.

³ Las citas a la obra de la Marquesa Calderón de la Barca, se toman de la obra de Alicia Diaduk, *Viajeras Anglosajonas en México*, Editorial Sepsetentas, México, 1973, pp.13-31.

páginas sobre México fue Fanny Chambers Gooch⁴, quien acompañada de su esposo llegó a Saltillo en 1878 para describir con agudeza y pasión a la sociedad porfiriana, pero sin duda identificándose con el dictador. A la señora Chambers le gustaban los convencionalismos y la barroca cortesía de los mexicanos, a diferencia de Madame Calderón que le parecían poco auténticos y excesivos. Alicia Diadiuk, la autora que estudia a las escritoras anglosajonas que pusieron su vista sobre México, dice que Gooch veía al mexicano como “muy observador y agudo crítico. Conocedor de sus defectos, pero poco afecto a la censura extranjera.” Pero si el extranjero se acercaba en “plan de amigo y muestra el debido respeto a sus costumbres-agrega Diaduk-, se encontrará que no hay gente más agradable ni más hospitalaria que el mexicano, en todos los órdenes sociales”.

Al indio, Fanny Chambers Gooch lo caracterizaba como “un ente pintoresco de grandes dotes artísticas; un ser primitivo al cual no le conmueve la marcha de la civilización... De gran astucia e inteligencia, solo que muy supersticioso.” Del lépero, es decir, del hombre pobre de las ciudades, dice que “es un hombre singular, atractivo y temible; amigo de la vagancia y del juego; perezoso y estafador; pero ingenioso y de buen corazón”. Juzgó a la mujer mexicana como “sensible, melancólica, caritativa, abnegada, y sumamente apegada a las prácticas religiosas”; a la que no le gustaba leer, carecía de libertad, estaba entregada a los hijos y al marido, además de que aceptaba “pasivamente su destino, llevadas del amor, la caridad y la fe”.

A Fanny Chambers le fascinaron los colores chillantes de la vestimenta de las clases populares y le sorprendía la ropa a la última moda, importada de París, de las élites. Los ademanes y gestos efusivos de los proletarios le sorprendían. La siesta le parecía no una costumbre perezosa sino que la encontraba sana y recomendable. Sin embargo, hallaba reprobables el juego y las bebidas alcohólicas.

Brilliana Harley de Tweedie, ciudadana inglesa que vivió en México en 1899, escribió poco después Mexico as I saw it. En esta obra publicada en Nueva York, en 1901, la tierra del águila y la

serpiente le parecía un país de paradojas. “En algunos aspectos altamente civilizado, sin embargo, en otros, aun permanece en estado de completa barbarie. Siempre interesante y pintoresco, pero a veces triste y aterrador”⁵. Para ella, al igual que para el dictador Porfirio Díaz, a quien admiraba, el pueblo mexicano le parecía incapaz de gobernarse. Encontraba que el mexicano era perezoso, poco ambicioso, apático y sin preocupación por el futuro; al cual le interesaba más, decía ella, un juego de aretes o un sombrero que una cama o una habitación. Despreciaba al indígena, pero admiraba a “la alta sociedad”, en la que encontraba abundancia de “caballeros” y “distinguidas” y “recatadas” damas. Admiraba la belleza de estas mujeres y su buen gusto para vestir pero las encontraba limitadas en sus ideales pues se reducían al hogar o al convento. Diaduk decía que la señora Harley encontraba, “al igual que la mayoría de los viajeros anglosajones, que existe una dicotomía entre el paraíso terrenal (México entidad geográfica) y pueblo etnológicamente inferior que lo habita inmerecidamente”⁶.

Edith O’Shaughnessy, quien vivió los primeros cuatro años de la Revolución Mexicana, escribió *A Diplomat’s Wife in Mexico, A Diplomat’s Days, Intimate Pages of Mexican History*, y ve en este país un eterno destino trágico. Para ella, el territorio nacional es pródigo en fertilidad, pero eso es lo que ha condicionado el “carácter perezoso y despreocupado del mexicano”. A este pueblo “es a quien hay que achacar el destino trágico del país; él es quien con su ignorancia ha movido ese destino trágico de México”. Para ella el mexicano es “un hombre feliz, bígamo, padre de muchos niños, plantando frijoles y pasando largas horas ante el altar”. La mujer mexicana es un ser cubierto permanente por un rebozo, vestida con harapos y casi siempre con un niño sobre sus espaldas.

Para la señora O’Shaughnessy, escribe Alicia Diadiuk, “el mexicano aun conserva todo su primitivismo en un medio ambiente en el cual, entre maravillas geográficas, llueven miseria y tragedia. En parte adjudica este estancamiento a la necesidad que, según ella, el mexicano tiene de la soledad y del concepto tan personal que tiene del progreso... Constituye el mexicano un pueblo amante de la libertad; pero al mismo tiempo resulta insospechadamente tolerante. Así, en un momento

⁴ Gooch escribió tres obras sobre México. *Face to Face with the Mexicans*, *The Tradition of Guadalupe and Christmas in Old México*, y *The Boy Captive of the Texas Mier Expedition*, aquí se citan párrafos de la primera obra y que reproduce Diaduk, Ibid. pp.32-72.

⁵ Citada por Diaduk, ibid, p.47.

⁶ Ibid, p.49.

dado, el mexicano es incapaz de diferenciar entre causa y efecto, entre libertad y libertador”⁷.

Leone Blakemore de Moats, es el nombre de una dama, más bien frívola y pueril, dice Diadiuk, pero al haber vivido durante 25 años en México, de 1906 a 1931, pudo retratar, a pesar de su ligereza, diferentes aspectos de la vida en la capital del país. En *Thunder in Their Veins* esta autora coincide con varios intelectuales porfirianos, como Andrés Molina Enríquez, y postrevolucionarios, como Manuel Gamio y José Vasconcelos, en que los mestizos constituían la columna vertebral no tan solo de la demografía, sino de la psicología colectiva dominante y, posteriormente, del imaginario nacional que surge con la Revolución de 1910. Ella decía que “el cruce y entrecruce de mexicanos y españoles a través de siglos son los que han multiplicado una mezcla de sangre con truenos en la sangre; estos son los llamados mestizos, que ahora componen más de la mitad de la población mexicana, y los que, desde su nacimiento no han sido más que fuente de inquietudes siniestras para el país”. Tales mestizos- resume Diadiuk el comentario de la escritora- “son individualistas e indisciplinados por una falta de armazón y de continuidad en sus procesos psíquicos. Psicológicamente no son españoles ni indios, son tipos diferenciados que participan de las dos características progenitoras; pero en constante lucha por coexistir y sobrevivir, y el resultado es una forma desconcertante de ser”⁸.

El libro de la señora Morse echa una mirada a tres importantes etapas de la historia mexicana del siglo XX: el porfiriato, la revolución y el surgimiento del régimen de la revolución, 1906-193. En ese periodo ella ve cambios en la arquitectura de la Ciudad de México, de la influencia francesa a la “hollywodesca”, así como cambios en los estilos de vida urbanos, “pero en el fondo, el espíritu y manera de ser del mexicano, no cambiaron: ni sus canciones, ni sus fiestas religiosas, ni sus funerales... este pueblo no cree en nada y simplemente deja correr el tiempo... Son gente que por generaciones han permanecido igual, esperando confiadamente y con tranquilidad la muerte... Un pueblo nacido sin esperanzas, muriéndose sin esperanzas. Donde la muerte parece siempre acechar. Y, sin embargo, parecen felices y contentos. El más pobre de ellos toma este mundo como lo encuentra, con un aire

⁷ Ibid, p.66.

⁸ Ibid, p.76

de altivez e indiferencia y sin miedo... Hay algo de gran señor en ellos”... Y por ello, “la gran verdad sobre México es una gran paradoja, y es que todo cambia y nada cambia”⁹.

Irene Nicholson es la última de las escritoras que analiza Alicia Diadiuk en su obra *Viajeras anglosajonas en México*. Nicholson conoció a nuestro país entre 1945 y 1965, es decir, observó la etapa de mayor crecimiento económico sostenido de la historia mexicana y también la consolidación de un sistema político estable sostenido por presidencialismo autoritario y el sometimiento corporativo de las clases populares.

Para ella, México “es un país que ha sobrevivido a los eventos más increíbles y a los más extraños acontecimientos, al igual que un cactus en medio del desierto. En un país que parece haber sido creado para demostrar al hombre cómo hacer frente, en plan cósmico, a sus designios”.

Todos los contrastes son verdad en esta tierra. Que es arrogante y dura, delicada y dura; cínica y tierna; caliente y fría; locuaz y silenciosa; apasionada e indiferente; cortés y tosca; hospitalaria e introvertida; amable y severa. Si el visitante solo se conforma con ver su exterior, no logrará nada. México se encuentra oculto en sí mismo y es más asiático que cualquier otro país en el hemisferio occidental, y sin embargo es el guía de los países de habla hispana. México fue el primer país de Latinoamérica que logró llevar a cabo una revolución social y realizarse industrialmente. Pero no es un país radicalmente emprendedor. El siempre voltea hacia su pasado y sus mitos. En cada encrucijada de su historia siempre se reafirma un principio enunciado tiempo atrás.

Nicholson ve a un México escindido en dos: los que creen que las leyes fueron escritas para su beneficio personal y otros que las respetan en beneficio del país. Ve a un pueblo paciente, amable, religioso y con talento artístico; ingenioso para adaptarse a cualquier circunstancia de la vida y descubrir la diversión aun en las cosas más triviales, pero también quien se puede encoger de hombros y no innovar sus técnicas de trabajo o conformarse

⁹ Ibid, p.96-97

con una escasa dieta. Es sufrido y estoico, pero no siempre porque “México actualmente en muchos aspectos es muy moderno, pero obstinado e inflexiblemente, sigue reteniendo su vetusta y tradicional X”.

La autora, con justeza, toma como parámetro de la modernización del país el grado de emancipación de las mujeres y observa que, en los años sesenta del siglo XX, a pesar de que ya miles de ellas llenan las aulas universitarias, tienen derecho al voto y ocupan altos cargos administrativos, continuaban siendo relegadas de los sitios de conducción de la sociedad mexicana, y encontraba que entre las clases proletarias es donde se padecían las peores rémoras del machismo. Entre los pobres de México, escribió Nicholson, “millones de mujeres sufren su destino ciegamente, obedeciendo y sirviendo a sus hombres como bestias”.¹⁰

A pesar de que las escritoras anglosajonas que aquí se citan no coinciden siempre en sus observaciones sobre México, aun y cuando hay más de un siglo de diferencia de la época en la que escriben, por ejemplo, la Condesa Calderón de la Barca e Irene Nicholson, sí hay temas en los que sus opiniones convergen y sus juicios son semejantes.

2.2 LA PERSPECTIVA MASCULINA ESTADOUNIDENSE SOBRE MÉXICO EN EL SIGLO XIX

Contemporáneos a estas mujeres hubo un amplio conjunto de viajeros estadounidenses que también escribieron con abundancia sobre México. Raymund A. Paredes¹¹, historiador texano, escribió en 1977 un detallado ensayo histórico donde se refiere a cerca de una veintena de viajeros que dejaron sus testimonios y opiniones sobre su vecino del sur.

Para los norteamericanos de principios del siglo XIX, México todavía bajo el dominio de la corona española, era una terra incognita. Los dos textos más abundantes y conocidos, escritos antes de la consumación de la independencia de México, fueron *An Account of Expeditions*, publicado en 1810 por Zebulon Pike, y *Notes on Mexico*, publicado por Joel Poinsett en 1824. Para 1830, el interés por saber más sobre los recursos naturales,

la historia, la cultura y las capacidades productivas de México aumentó considerablemente porque abundaron las narraciones, algunas prolíficas y otras sencillas y personales, sobre la antigua Nueva España. En cualquier caso, dice Paredes, “los viajeros americanos estaban fascinados por la cultura y el carácter mexicanos y proporcionaron narraciones muy detalladas de sus impresiones”.¹²

Pero, más que fascinación, a juzgar por las citas que rescata Paredes de los autores que incluye en su ensayo, había un sacudimiento cultural y psicológico de los viajeros estadounidenses que se encontraban con su vecino del sur por primera vez. La mayoría de ellos, al igual que las mujeres de ese mismo país, no encontraban virtud alguna en los hombres, y sí muchas en las mujeres de México.

Por ejemplo, para James Ohio Pattie, quien viajó extensamente por México entre 1824 y 1830, recién lograda la independencia, además de sentirse a disgusto con la piel oscura de muchos mexicanos, estos le parecían envidiosos, adictos al juego, cobardes y moralmente disolutos. Albert Pike, puritano de Nueva Inglaterra, al igual que Pattie le desagradaba el color de la piel de los mexicanos, y los veía como “particularmente bendecidos con la fealdad”; pero, además, no alcanzaba a ver a nadie que “poseyera virtud u honor”.

John Gregg, quien escribió *Commerce on the Prairies* (1844), descubrió que los mexicanos eran “encantadores y hospitalarios”, y algunos de ellos eran inteligentes, industriosos y bien parecidos, pero sus formas de gobierno eran corruptas y su nivel de civilización lo veía a penas un poco distante del salvajismo. Para Gregg, los mexicanos, a quienes conoció en Nuevo México, cuando este territorio pertenecía a los hijos de Miguel Hidalgo, habían heredado “mucho de la crueldad e intolerancia de sus ancestros y no poco de su fanatismo... carecen de estabilidad excepto en el artificio, no tienen profundidad excepto para la intriga, cualidades por las cuales han adquirido una celebridad envidiable”. Las anteriores características, la “oscuridad y la ignorancia” en la que vivían los mexicanos no eran más que resultado de la herencia española y de la Iglesia Católica.

Así como en Gregg, comenta Paredes, entre los estadounidenses del siglo XIX existía una profunda fobia a los españoles que se hacía extensiva a los mexicanos quienes, además de toda la lista anterior

¹⁰ Ibid, p.140

¹¹ Paredes, Raymund A., “The Mexican Image in American Travel Literature, 1831-1869”, *New Mexico Historical Review* 52 (January, 1977), pp.5-29.

¹² Ibid. P.5.

de vicios, eran vistos como traicioneros y rapaces.

Richard Henry Dana, escribió *Two Years Before the Mast* (1840), una obra que tuvo mucha influencia entre los lectores estadounidenses que buscaban información acerca de México. Para él lo que caracterizaba al carácter nacional mexicano era la pereza. Reconociendo las riquezas de California decía que solo el carácter de los mexicanos impedía que esa región fuera rica. Son tantas las fiestas religiosas de los mexicanos, opinaba Dana, que tal costumbre les impedía ser industriosos y entender las leyes del progreso y el cambio. Alfred Robinson, quien también residía en California y se había casado con una oriunda de ese estado, encontraban que los mexicanos eran hospitalarios y amables, pero también maliciosos, tontos, incompetentes y flojos. Pero esa opinión de Robinson era con respecto a los hombres porque a las mujeres mexicanas además de bellas las encontraba virtuosas, industriosas y de maneras correctas. En el siglo XIX era común que los viajeros anglosajones vieran a las mujeres mexicanas muy superiores a los hombres no tan solo en belleza sino en sus conductas sociales.

Walter Colton en su libro *Three Years in California* (1850) fue menos agresivo con los mexicanos que otros autores y los definió suavemente como dignos ejemplares de un primitivismo romántico cuyos ingredientes eran un incontenible hedonismo, generosidad, hospitalidad, amabilidad, alegría e ingenuo encanto, pero también indolencia, entendible decía él, en un paraíso como California. Los californios, decía Colton, no estaban interesados en los bienes materiales como sí los voraces anglosajones del noreste de Estados Unidos. Esta opinión de Colton sobre los californios, la compartían otros escritores, como Bayard Taylor, quien veía en ellos una “raza vastamente superior” a los mexicanos que residían al sur de ellos.

Waddy Thompson, quien fue ministro de Estados Unidos en México de 1842 a 1844, al igual que Albert Gilliam, autor de *Travels Over the Tablelands and Cordilleras of Mexico* (1846), consideraban a los mexicanos “perezosos, ignorantes, viciosos y deshonestos”, “desleales y deshonorosos”, sin embargo, Gilliam no ocultaba que le bastaba ver a una mujer mexicana para enamorarse de ella.

Brantz Mayer, quien escribió una obra histórica ampliamente leída, *In Mexico, As It Was and It Is* (1844), interpretó con más equilibrio a la

sociedad mexicana pero no fue escuchado como si lo fueron quienes tenían una imagen oscura del vecino del sur. Mayer, por un lado veía “amables, gentiles, hospitalarios, inteligentes, benevolentes y valientes a los mexicanos” y criticaba severamente la continua opresión sobre los indígenas, la insensibilidad de la Iglesia católica ante las necesidades de los pobres y el generalizado desprecio por la ley. Mayer criticaba que otros escritores estadounidenses resaltaban los vicios de los mexicanos pero no veían sus virtudes.

John T. Hughes, en *Doniphan's Expedition* (1848), como Frank s. Edwards, en *A Campaign in New Mexico with Colonel Doniphan* (1848), consideraban que las tribus indias de California, Arizona y Nuevo México eran inferiores a los ciudadanos blancos de Estados Unidos, pero concluían que los mexicanos ocupaban el lugar más bajo de cualquier civilización que ellos hubiesen conocido.

La lista de viajeros estadounidenses que escribieron sobre México en el siglo XIX es muy grande. No todos coincidían en ver un pesado cúmulo de pecados capitales en las acciones de los mexicanos, como el pintor F. Hopkinson Smith, quien en 1888 decía de México que era “una tierra donde la luz del sol era blanca y perfumada por las flores; una tierra de costumbres alegres, iglesias y conventos viejos; una tierra de saludos amables, de extrema cortesía, de abierta, amplia hospitalidad... (es) el país más maravillosamente pintoresco bajo el sol”.¹³

Aun con la opinión favorable de Hopkinson Smith y otros pocos, sin duda la tesis dominante entre los norteamericanos que pusieron sus ojos sobre sus vecinos era la firme creencia de que el pasado colonial español era la causa principal de los males y el estancamiento de los hijos del águila y la serpiente. Para superar esas tragedias los norteamericanos pensaban que con su influencia se podían dar muchos pasos adelante.

2.3 LA SIGNIFICACIÓN DEL TURISMO EN LA FORJA DEL ORGULLO ESTADOUNIDENSE

Se ha visto en el inglés Thomas Cook el primer promotor del turismo organizado en el mundo, pero también es muy cierto que varias

¹³ Hopkinson Smith, F., “Paseo de la Reforma, 1888”, en *The reader's companion to Mexico*, Ryan, Alan, Harvest Collection, 1995.

décadas antes que él ya las elites estadounidenses viajaban por placer al interior de su propio país y, sobre todo, a Europa para conocer los países de sus padres y abuelos. Estos turistas de una joven y potente nación, tenían su primer escritor especializado: Washington Irving, quien en 1820 había hecho muy popular su libro de viajes: *The Sketch Book*. Washington Irving retrataría con fineza y precisión el nomadismo moderno de la sociedad norteamericana, eterna enamorada del movimiento de un lado a otro de la geografía. A mediados del siglo XIX, específicamente en mayo de 1844, en una edición de *United States Magazine and Democratic Review*, anotaba Henry Tuckerman¹⁴ que “nuestros tiempos (estadounidenses) bien podrían ser designados como la era de los viajes. Los escritos del tema constituyen una importante rama de la literatura contemporánea”.

Los fuertes apetitos de los norteamericanos para viajar, conocer y conquistar, en una época donde la Revolución Industrial ya había creado los ferrocarriles y el transporte masivo, así como a clases medias en ascenso, llevaron crecientes grupos de turistas a México; sin embargo, la Revolución Mexicana interrumpiría por diez largos años esa expansiva dinámica.

La elite social norteamericana que se convirtió en la primera representación del turismo y la imagen de su país en el mundo, con orgullo y seguridad, y no pocas veces con arrogancia, gustaban de ser vistos como los representantes de una sociedad crecientemente rica y poderosa, y como el mejor ejemplo de un capitalismo moderno. Alexis de Tocqueville¹⁵, en los mismos años que los escritores estadounidenses empezaron a ocuparse de México, observaba la ufanía y vanidad con la que los habitantes de la Unión Americana se veían a sí mismos:

Todos los pueblos libres se ufanan de sí mismos; pero el orgullo nacional no se manifiesta en todos de la misma manera.

En sus relaciones con los extranjeros, los americanos se irritan ante la menor censura y parecen ávidos de alabanzas. El más mínimo elogio los halaga, pero

rara vez les satisface el mayor que pueda hacerseles. En todo momento y por mil medios buscan nuestro elogio, y si nos resistimos a sus súplicas, se alaban a sí mismos. Diríase que dudando de su propio mérito, a cada instante quieren ponerlo ante sus ojos. Su vanidad no sólo es ávida, sino inquieta e envidiosa. Nunca da nada, pero no deja de pedir. Es a la vez mendicante y porfiada.

Con una idea tan positiva y exaltada de sí mismos, los norteamericanos no tan solo se veían como muy superiores al lado de los mexicanos, sino por encima de cualquier otro país del mundo, con la excepción, quizá, de Inglaterra de quien habían sido colonia. Sus notables avances industriales y las libertades individuales, que Tocqueville reconocía como únicas en el mundo de la primera mitad del siglo XIX, los convencía, sin modestia, de que no había nadie como ellos.

Si los industriales, comerciantes, diplomáticos, militares, historiadores, escritores y aventureros estadounidenses fueron los primeros en comparar su país con Europa y México, las dos zonas de su mayor interés turístico en el mundo; una por ser la tierra donde estaban las raíces de la población blanca, y la otra por ser su vecino “exótico” inmediato, los turistas que viajaban en grupo o en familia fueron el otro contingente que propagó la exitosa y novedosa identidad estadounidense y, por otra parte, también difundía la imagen de los “otros”, como México, quien para ellos, en la opinión dominante, era el perfecto ejemplo del atraso y de lo que ellos no querían ser.

Al margen de las opiniones que los primeros viajeros estadounidenses tenían sobre la cultura mexicana, también propagaron sus primeras imágenes turísticas. No pocos soldados estadounidenses, de los más de 110,000 que invadieron México en 1847-1848, como también los periodistas que los acompañaban, describieron y dibujaron los paisajes rurales, los volcanes, ruinas prehispánicas, pirámides, corridas de toros, teatros, monumentos y ciudades como Veracruz, Mazatlán, Jalapa, Puebla, Monterrey, la Ciudad de México y otras que con el tiempo establecerían los primeros itinerarios turísticos de los norteamericanos en México. Los soldados, dice

¹⁴ Tuckerman, Henry T. “The Philosophy of Travel.” *United States Magazine and Democratic Review* 14 (1844): 527–539.

¹⁵ Tocqueville, Alexis, *La Democracia en América*, Tomo 2, Alianza Editorial, Madrid, 1980, p.191.

Andrea Bradman¹⁶, enviaban cartas a sus hogares sobre sus experiencias en México. Los corresponsales de guerra enviaron reportajes sobre diferentes aspectos del paisaje y las ciudades mexicanas. A su regreso los soldados escribieron artículos en periódicos y revistas, y publicaron libros de memorias acerca de lo que habían visto. De esa manera se diseminó la curiosidad sobre el vecino del sur en los potenciales turistas.

El turismo, en el pasado y en el presente, narra Margarite S. Shaffer¹⁷, “ha servido como una manera de autodefinición”, sobre todo para los estadounidenses, quienes brindan, por lo menos desde inicios del siglo XX, el mayor contingente de turistas en el planeta. No fue gratuito que entre 1880 y 1940, según Rothman¹⁸, los promotores de Estados Unidos veían en el turismo como un “deber patriótico” en el cual los habitantes de ese país reafirmarían su “americanidad” visitando de “primera mano” los sitios históricos donde se fundó su país. Incluso, durante la Primera Guerra Mundial, se promovía el turismo como una actividad patriótica para sostener la economía nacional. Shaffer refuerza esta interpretación al decir que la producción del paisaje turístico y el consumo de la experiencia turística fueron fundamentales en ese periodo para desarrollar una cultura nacional. El turismo le dio una nueva forma a Estados Unidos y redefinió la edificación social y el ambiente natural influyendo en la manera en que los norteamericanos veían a otros y se veían a sí mismos.

Los turistas norteamericanos viajaban a Europa buscando reconocer los lugares y paisajes que sus antecesores dejaron para llegar al nuevo mundo, pero también para aprender del viejo mundo donde el recorrido histórico occidental era más largo, complejo y diverso. Pero, una vez desembarcando en el Viejo Mundo, los estadounidenses reafirmaban su identidad, diferenciándose de sus parientes europeos y mostraban una personalidad que consideraban superior porque encarnaba lo

moderno y el futuro.

“Los turistas de mediados del siglo XIX – escribe William W. Stowe¹⁹- establecieron las perspectivas culturales dominantes que continuarían definiendo el turismo americano de las generaciones por venir [...] La publicación de Mark Twain, *The Innocents Abroad* (1869) es la descripción del inevitable salto al turismo de masas y la inminente aparición del poderío americano. En las páginas finales de su narrativa, de un viaje altamente publicitado de cinco meses al Viejo Mundo, Twain notó que él y sus compañeros de viaje “siempre tuvieron el cuidado de hacerse entender que ellos eran ¡Americanos-Americanos!”. Si las primeras generaciones de turistas americanos – continúa Stowe- se empeñaron en definir a una joven nación, las posteriores inevitablemente redefinirían al mundo”.

Los turistas estadounidenses al viajar a México, ya fuese a la frontera o a las ciudades del interior, reforzaron su identidad nacional, aun más que cuando viajaban a Europa, al comparar su riqueza material, sistema político, orden social, gustos, costumbres y maneras propias, con otras radicalmente distintas, donde abundaba la pobreza y el desorden.

2.4 LA OPINIÓN DE LOS ARTISTAS E INTELLECTUALES NORTEAMERICANOS SOBRE MÉXICO A MEDIADOS DEL SIGLO XX

De la amplia corriente de hombres y mujeres que escribieron sobre México desde inicios del siglo XX, los artistas, pintores, escultores, arquitectos, poetas y novelistas lo vieron con ojos más abiertos y encontrando secretos, atractivos y matices que los viajeros, diplomáticos y escritores, mujeres y hombres, del siglo anterior generalmente no atisbaron.

Alan Ryan²⁰, publicó en 1995 una antología de textos sobre México creados por una pléyade de celebridades del mundo intelectual y artístico de Estados Unidos que viajaron al sur del río Bravo entre 1908 y 1978, entre los que destacan escritores como Paul Bowles, Graham Greene, D. H.

¹⁶ Citada por Wilson, Tamar Diana, en *Recent Works on Tourism in Latin America*, University of Missouri, St. Louis, http://lasa.international.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/vol46no2/Wilson_259-264_46-2.pdf

¹⁷ Shaffer, Marguerite S. *See America First: Tourism and National Identity, 1880-1940*. Washington D.C. Smithsonian Institution Press, 2001. pp.429.

¹⁸ Rothman, Hal K. *Devil's Bargains: Tourism in the Twentieth Century American West*. Lawrence: University Press of Kansas, 1998. Pp. 434.

¹⁹ Stowe, William W. *Going Abroad: European Travel in Nineteenth-Century American Culture*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1994.p. 45.

²⁰ Ryan, Alan, *The Reader's Companion to Mexico*, A Harvest Original, Harcourt Brace and Company, San Diego, New York, London, 1995.

Lawrence y John Steinbeck.

Green, de origen inglés, abiertamente no gustó de México, como bien se puede leer en el relato que reproduce Ryan, intitulado Palenque, y en su crónica Caminos sin ley, donde narra su visita a Tabasco en 1938, pero aparte del célebre escritor inglés, prácticamente la totalidad de los escritores antologados revelan un México de contrastes y paradojas pero con riquezas para ellos anteriormente desconocidas.

Escribe Alan Ryan en el prólogo de su libro: México siempre ha fascinado a los extranjeros, especialmente a los norteamericanos. Los Estados Unidos en particular no ha sido muy benevolente con México cuando se ha involucrado oficialmente, pero nuestro interés personal siempre ha sido intenso.

Comentando a Charles Macomb Flandreau, quien entregó a la imprenta en 1908 su libro Viva México!, Ryan dice que el mencionado autor pintó a un país “que despertaba el apetito de muchos viajeros” y representaba un mundo más simple y romántico frente al decadente y decepcionante industrialismo de Europa y Estados Unidos; y por si fuera poco, el país de los herederos de los mayas, aztecas y Hernán Cortés, decía Macomb Flandreau era “muy barato” visitar.

El arte que brotó de la Revolución Mexicana, recuerda Ryan, despertó un gran interés en numerosos escritores y artistas estadounidenses y europeos; pero, además de ello, fue ese gran movimiento social el parte aguas que modificó la óptica dominante en Estados Unidos sobre México. Así lo dice textualmente el autor mencionado:

El súbito renacimiento del arte en el México de los años veinte, particularmente su pintura muralística, atrajo una amplia atención. Y a todos aquellos a los que les interesaban tales cosas querían y necesitaban conocer a Orozco, Siqueiros, y especialmente a Rivera [...] En los treinta tal interés se intensificó (y fue así que) en 1931 un historiador americano llamado Hubert Herring inició su famoso Verano Universitario en la Ciudad de México (Summer University in Mexico City).

Dicho Verano Universitario atrajo muchos intelectuales a lo largo y ancho de Estados Unidos y estableció una larga tradición, reforzada por el exilio de intelectuales de izquierda, como Dalton Trumbo, Elizabeth Catlett, Willard Motley y Hugo Butler, que eran perseguidos en los años cincuenta por el macartismo.

La Segunda Guerra Mundial, cuyo escenario principal fue Europa, contribuyó a que más intelectuales y artistas visitaran México. Lejos de los enfrentamientos, nuestro país se mostraba apacible y amistoso porque, además, los dos vecinos eran aliados en la guerra. “Al finalizar la Guerra México se convirtió positivamente en una fiesta”, dice Ryan. “Acapulco (y Mazatlán también) gozaron de su auge, y los turistas empezaron a descubrir el resto del país”.

Y, en efecto, la lista de escritores y artistas célebres que llegaron entre los años veinte y sesenta del siglo XX de Europa y Estados Unidos, Japón y el resto de América Latina a México, y escribieron sobre él es impresionante.

Alan Ryan nombra al cineasta soviético Sergei Eisentein, a la revolucionaria y fotógrafa italoamericana Tina Modotti y a su compañero de lente Edward Weston, quien tomara en Mazatlán una de sus fotografías más relevantes; a Laura Gilpin, también fotógrafa estadounidense, Henri Cartier Bresson, celeberrimo fotógrafo francés, Eliot Porter, estadounidense, otro artista de la óptica; y agrega una larga lista de escritores, periodistas y poetas: John Reed, Bruno Traven, Evelyn Vaugh, Hart Crane, Erle Stanley Gardner, Joseph Wood Krutch, George Woodcock, Aldous Huxley, John Dos Passos, Waldo Frank, Carlton Beals, Tod Downing, Tennessee Williams, Norman Mailer, Oliver La Farge, Malcolm Lowry, Leonard Wibberley, Elizabeth Morrow, Anne Morrow Lidenbergh, Bus Schulberg, Jack Kerouac, Roberto Matta, Gabriel García Márquez, Oscar Lewis, Carlos Castaneda, Alma Reed, Elizabeth Anderson, y Diana Kennedy.

Tratando de sintetizar los puntos de vista de los escritores que selecciona Ryan para su libro, nos revela que “algunos condenaban las corridas de toros, mientras que otros se hicieron aficionados. Algunos no pudieron digerir la comida o incluso

ni la probaron, mientras que otros la consideraron la mejor del mundo. Algunos temieron al tráfico mientras que otros se divirtieron. Algunos desconfiaron de los indios, mientras que otros los estudiaron y los respetaron. Algunos se mofaron de las artesanías mientras que otros se hicieron ávidos coleccionistas. Algunos se preocuparon por el agua, las ensaladas y la altitud, mientras que otros no le dedicaron ni un momento de sus preocupaciones”.²¹

Ryan resume las opiniones de los escritores exponiéndolas en blanco y negro, como si hubiese un grupo con una sola opinión y otro con un pensamiento único pero opuesto, cuando en realidad en los juicios de algunos de ellos se manifestaban al mismo tiempo los encuentros y desencuentros con la sociedad mexicana.

2.5 Las primeras guías turísticas sobre México

Ya en el siglo XX, particularmente desde 1909 cuando se editó por primera vez la famosa guía Terry's Mexico , y después del fin de la Revolución Mexicana con Mexico by Motor, editado por la American Automobile Association , la AAA, empiezan a aparecer las primeras crónicas de turistas y las primeras guías turísticas sobre México. Lo interesante es que en los libros de viajeros escritos por estadounidenses después de la convulsión social empiezan a brotar observaciones y juicios más benevolentes o equilibrados sobre los mexicanos.

México se vio ampliamente favorecido por la expansión turística de Estados Unidos posterior a la Segunda Guerra Mundial. Susan S. Rough, en su obra "Are We there yet". The Golden Age of the American Family Vacations²², habla de cómo los viajes veraniegos entre 1945 y mediados de los setenta se convirtieron para millones de familias de clase media un "innato ritual americano". Rough analiza como la prosperidad de postguerra, que fomentó los viajes vacacionales, la propiedad de un automóvil y el nuevo sistema interestatal de carreteras, forjó un verdadero ritual del viaje en el carro familiar que llegó a constituirse en parte del tejido cultural de la sociedad estadounidense. Las vacaciones familiares, dice Susan Rough, se

²¹ Ibid, p.XX.

²² Rough S. Susan, "Are We there yet". *The Golden Age of the American Family Vacations*, University of Kansas, 2008.

convirtieron en un medio para fortalecer los lazos y valores familiares, y reforzar la identidad nacional. Incluso, dice esta autora, la experiencia del viaje familiar a los parques nacionales, a las costas y al extranjero, predispuso a los baby boomers, es decir a los niños nacidos en esos años, a desarrollar una fuerte conciencia por el medio ambiente y la tolerancia a otras culturas. Esa experiencia, siguiendo la interpretación de Rough, ayuda a explicar qué tipo de baby boomers, empezaron a jubilarse en México al inicio del siglo XXI.

Si la cultura oficial y la que propusieron cineastas, pintores, músicos, antropólogos, historiadores y literatos y poetas mexicanos no recogieron toda la diversidad del país y propusieron una mexicanidad homogénea e idealizada, la visión que se propagó en Estados Unidos, casi nuestro único abastecedor de turistas internacionales, fue una versión caricaturizada de la anterior.

La propaganda turística mexicana ofrecía la imagen de un país pintoresco, amable y al mismo tiempo impredecible, alegre y fiestero. Los norteamericanos aceptaban gustosamente esta misma imagen y le agregaban los ingredientes de un país aletargado, conformista, risueño y amistoso. Por lo menos en relación a la imagen mexicana que se tenía en Estados Unidos en el siglo XIX salíamos ganando.

Prácticamente cualquier guía de turistas o libro de viajes escritos por estadounidenses, la mayoría de las veces de manera amable pero poco objetiva, resaltaban una imagen folklórica de México.

2.6 Los hippies llegan a México y la formación de los baby boomers

En los años sesenta llegó a México una nueva generación de turistas; muchos de ellos eran hijos de los viajeros de casas rodantes de los años cuarenta. Los jóvenes de los sesenta y setenta vivieron una niñez de abundancia y mayores libertades que sus padres. También experimentaron una sociedad de mayor tolerancia a las diferencias culturales, raciales y sexuales.

La generación de jóvenes de los sesenta fueron el primer corte demográfico de los llamados baby boomers. Los que habían nacido a partir de 1946 y empezaban a jubilarse a principios del siglo XXI.

En 1964 los primeros baby boomers tenían

18 años, edad suficiente para viajar de manera autónoma, sin los padres. Eso fue lo que hizo Carl Franz, autor del libro de viajes *The People's Guide to Mexico*²³. La generación de Carl es la primera que en Estados Unidos tiene a un amplio número de hombres y mujeres que va a ver a México y al conjunto de América Latina de una manera más abierta, tolerante y receptiva, incluso al nivel de la admiración, contrastando con todas las generaciones anteriores.

Por ejemplo, cuando Carl Franz en 1964 visitó México en compañía de su amigo Steve Rogers, siendo un joven universitario, vio a un país y a una gente maravillosos. Para Carl, México, "milla por milla... sin duda califica como uno de los países con mayor variedad e interés en el mundo".

Esta generación, la de los jóvenes de los sesenta, que el escritor Tom Wolfe llamó *Me Decade*, o la "Década del Yo", empezó a manifestarse en los años finales de la Guerra de Vietnam rechazando las etiquetas políticas y sociales tradicionales. Los jóvenes de esos años empezaron a estar más conscientes de las diferencias individuales y fueron más tolerantes con otros.

Para Paul C. Light²⁴, los jóvenes de la "Década del yo" fueron el resultado de la búsqueda de significado de la generación baby boomer. A su vez, Light, citando a Paul Watchel refrenda la tesis de que los movimientos en los que participaron esos jóvenes:

Empezaron con un impulso moral, sin embargo muchos de ellos se extraviaron. En los sesenta, la inquietud por una auto conciencia y el crecimiento personal generó un rechazo por el materialismo que era visto como el sustento de un sistema que oprimía a las minorías... Hoy en día, este énfasis terapéutico y psicológico todavía representa (al menos potencialmente) una alternativa a los valores dominantes que puntualizan la productividad en lugar de la experiencia [...] al envejecer esta generación, tiene menos energía para ver en su intimidad. Se sintieron más confortables con quienes son

y lo que son. Conforme los baby boomers se acercaron a la madurez de su arco de vida, estuvieron más dispuestos a ver hacia fuera de su interior, si no a las tradiciones de los cincuenta y los primeros años de los sesenta, si, quizá, a las crecientes redes sociales de pares y amigos, y posiblemente hacia un sentido de comunidad nacional.

Si bien los primeros jubilados que empezaron a establecerse en Mazatlán no fueron los baby boomers porque la historia de aquellos, si bien no numerosa antes del nuevo siglo, ya es antigua, los estadounidenses nacidos a partir de 1946 crecieron con una sensibilidad social diferente a la de anteriores generaciones, la cual los llevó a comprender mejor otras culturas. Miles de ellos, sobre todo los provenientes del suroeste de Estados Unidos, empezaron a llegar por miles a Mazatlán, como turistas treintañeros, en plenitud de sus vidas e ingreso económico. En 1973 fueron casi medio millón, cuando el puerto no llegaba a los 200 mil habitantes y apenas rebasaba las 4 mil 500 habitaciones de hotel, la mayoría de tres estrellas para abajo.

Entre 1970 y 1975, según las estadísticas de los organismos locales, diferentes a las de la Secretaría de Turismo, aumentó tanto el turismo nacional como el extranjero. De los 778,715 turistas que arribaron a Mazatlán en 1973, 473,829 fueron extranjeros, y 304,886 nacionales.²⁵

Mazatlán, en particular, en 1975 recibía, de tan solo cuatro estados de la Unión Americana, el 73% de los turistas extranjeros. California brindaba el 52% de ellos, Colorado el 9%, Arizona el 8% y Nuevo México el 4%. De Illinois y Nueva York llegaban muy pocos turistas a Mazatlán, pero muchos a la Ciudad de México y a Acapulco.

Una investigación realizada en 1975 y 1976²⁶, con el objetivo de fundamentar la construcción de una Marina en Mazatlán revelaba las siguientes características de los turistas extranjeros:

- Los canadienses provenían de Columbia Británica y Alberta. Entre los turistas canadienses la mayoría eran mujeres, y

²³ Franz Carl, *The people guide's to Mexico*, Avalon Travel Publishing Group, Inc. Ca. USA, First edition 1972.

²⁴ Light, Paul C., *Baby Boomers. Those born between 1946 and 1964*, Penguin Books Canada Ltd, 1988,p.255.

²⁵ Santamaría Gómez, Arturo, *Del alba al anochecer. El turismo en Mazatlán (1972-2004)*, Ed. UAS-Coordinación General de Asesores del Gobierno de Sinaloa, 2005, p.9.

²⁶ *Estudio de factibilidad para el proyecto de una Marina en Mazatlán, Sinaloa*, Secretaría de Turismo, 1977.

entre los estadounidenses la mayoría eran hombres, y en invierno la mayoría eran jubilados.

- Los principales atractivos para los turistas nacionales y extranjeros eran: la playa, el clima, la hospitalidad y la gastronomía, y, además entre los extranjeros, los precios bajos de los hoteles y restaurantes. Una tercera parte de los turistas extranjeros ya había estado en Mazatlán.

Un año después de la anterior investigación, la Memoria del Consejo Nacional de Turismo decía de Mazatlán:

- En el periodo 1975-1984, la mayor parte de los turistas extranjeros tenía edades comprendidas entre los 26 y los 40 años, pero los que tenían más de 41 representaban el 38% del total de ellos. Tales indicadores revelaban que Mazatlán era un destino bien posicionado entre el turismo extranjero de adultos mayores, donde el 11% tenía más de 56 años²⁷.

Para 2012, el 89% de los turistas extranjeros que visitaron Mazatlán tenía entre 54 y 69 años o más. Ellos habían visitado frecuentemente Mazatlán entre 1973 y 1984, los más abundantes en turismo extranjero para la historia del puerto sinaloense, y se convirtieron en la fuente más nutrida de los jubilados que a inicios del siglo XXI hayan llegado a residir a la Perla del Pacífico. Así que, hipotéticamente, el número de jubilados que arriben en el futuro a este puerto pueden ir descendiendo en proporción al menor número de turistas internacionales que paulatinamente fueron disminuyendo a lo largo de las décadas de 1984 a 2004. Tal hipótesis se apoya en numerosas investigaciones que han demostrado la estrecha correspondencia entre jubilados que llegan a residir a una población y la visita previa al mismo lugar como turistas en sus años productivos.²⁸

Los turistas estadounidenses que llegaron a Mazatlán y a otras partes de México en esos años

son parte de un conglomerado que se educó en una atmósfera distinta a la anterior a la Segunda Guerra Mundial. Es posible decir que los jubilados estadounidenses que llegan a México, y a América Latina en general, nacidos después de 1945, son culturalmente más tolerantes, receptivos, adaptables, e incluso más cosmopolitas, que otros paisanos suyos y otras generaciones de norteamericanos.

Hay una numerosa bibliografía que aborda el tema de los baby boomers y trata de identificar sus características más visibles, a la vez que analiza el contexto histórico en el que nacieron y se formaron como hombres y mujeres. Uno de los autores de esa extensa producción bibliográfica en Estados Unidos es Ken Dychtwald²⁹, el cual dice que:

Cada generación tiene una identidad, una personalidad, una sensibilidad común. Eso no quiere decir que cada uno posee exactamente los mismos valores o creencias, o gusta de la misma comida o música. Pero cuando una masa de gente comparte experiencias formativas similares, se ha creado una identidad generacional.

Es por lo anterior, agrega Joel Westbrook³⁰, el “cuándo” es más importante que el “dónde” naciste en un mundo donde los medios de comunicación, como la radio, la televisión y el cine, aunque todavía no el internet y las redes sociales, jugaban un papel central en la socialización de las generaciones posteriores a la Segunda Guerra Mundial.

Aun y cuando no todos los baby boomers compartieron los mismos rasgos culturales, sociales, ideológicos y políticos, algunos como Tom Price³¹, le atribuyen comportamientos muy específicos y se pregunta:

Si no sentiste las movilizaciones de los sesenta, experimentaste los asesinatos de los sesenta (como los de John y Robert Kennedy, y Martin Luther King), viviste la libertad de los sesenta, ¿cómo puedes ser un boomer? ¿Cómo puedes ser un boomer si no recuerdas a The Beatles en el Show de

²⁷ *Evaluación de los Servicios Turísticos*, documento de la SECTUR, Ciudad de México, 1985.

²⁸ Lizárraga Morales, Omar, *Importancia del turismo internacional de retiro*, Jorale Editores, México, 2008.

²⁹ Dychtwald, Ken, citado por Croker, Richard en *The Boomer Century (1946-2046)* Springboard Press, New York, 2007, p.10.

³⁰ Ibid, p.11.

³¹ Ibid, p.13.

Ed Sullivan?

Por supuesto que no todos los boomers pueden ser encasillados en un estereotipo, no todos participaron en las marchas contra la Guerra en Vietnam o a favor de los Derechos Civiles de los negros y Chicanos; no todos estuvieron en los festivales de rock de Woodstock y Monterey, ni todos participaron en la revolución de las drogas y el sexo; en realidad solo una pequeña proporción de los boomers, dice Fernando Torres Gil³², se involucró en ese tipo de cosas: La mayoría de ellos simplemente se limitaron a buscar su ingreso al bachillerato, encontrar un trabajo, criar una familia. Pero incluso ese grupo fue, finalmente, influido y de alguna manera puesto en las sombras por las acciones de los baby boomers.

En realidad, escribe Zeitz³³, estudioso de esa generación, muy pocos estudiantes de los sesenta participaron en una o dos marchas, y únicamente 2 o 3 por ciento se identificaron como activistas, lo que dice, en realidad, que más del 80 por ciento de la población joven era apolítica y se mantenía al margen de las protestas y el activismo.

Incluso, no todos los adolescentes de los cincuenta, quienes podían tener como iconos a Marlon Brando, James Dean y Marylin Monroe, usaron jeans y chamarras de piel negra.

Ni de desnudaban ante una cámara fotográfica. Estos ejemplos nos dicen que una generación pasa ser identificada, por lo general, no por los comportamientos de sus mayorías, que generalmente son pasivas, sino por lo que hacen sus minorías activas, creativas y, muchas veces, transformadoras.

Lo que sí vivieron la mayoría de los jóvenes blancos de los cincuenta y sesenta fue una época de abundancia material y la certeza de que su país era el país más rico y poderoso del mundo. Su país pregonaba la libertad y enfrentaba a los comunistas,

sin embargo, a su interior, les negaba derechos civiles a los negros y otras minorías étnicas, así como libertades culturales a sus jóvenes. Estas paradojas, impulsaron a las minorías étnicas, a las mujeres y a los jóvenes a exigir derechos y espacios no reconocidos por la población blanca, adulta y masculina. Las luchas de esos grupos y sus gustos y creaciones culturales, fueron las que dejaron la huella histórica de esa generación. Aun con todo y las limitaciones y críticas que puedan hacerse a esos movimientos y cambios culturales, dejaron una sociedad, o por lo menos sectores de la sociedad, más abiertos y comprensivos a otras culturas y sociedades.

Este depósito sociocultural es el que ayuda a explicar porque la mayoría de los estadounidenses jubilados en Mazatlán, y México en general, además de adaptarse mejor a un país latinoamericano se convierten en sus defensores y promotores. De manera más particular, a partir de 2007 cuando se intensificó la llamada Guerra del Narco emprendida por el Presidente Felipe Calderón contra el crimen organizado, a partir de la cual se incrementaron las noticias negativas sobre México, los residentes estadounidenses en el país, a través de sus periódicos comunitarios, blogs y foros virtuales de discusión, asumieron, prácticamente, la defensa de su nuevo país de residencia.

3 CRÍTICA DEL AUTOR

3.1 LOS BABY BOOMERS ESCRIBEN SOBRE MÉXICO

Si bien los primeros libros escritos por jubilados establecidos en México no nacieron en el siglo XXI, es a inicios de éste cuando empiezan a ser más frecuentes. Y a la vez se emprenden las primeras investigaciones estadounidenses y mexicanas sobre esa población residente al sur del río Bravo.

Tony Cohan y Barry Golson, son dos de los viajeros estadounidenses, que han escrito libros ampliamente leídos y publicados por grandes editoriales. A Golson le ha publicado Simon and Schuster dos títulos: *Retirement without borders* y *Gringos in Paradise*, y a Tony Cohan le ha editado Broadway Books dos libros *On Mexican Time* y *Mexican Days*.

Cohan³⁴, en *Mexican Days* narra cómo es

³² Ibid, p.14.

³³ Zeitz, Joshua, *White Ethnic New York: Religion, Ethnicity and Political Culture in Post-War Gotham, 1945-1970*, University of North Carolina Press, 2007.

³⁴ Cohan Tony, *Mexican Days*, Journeys into the heart of Mexico, Broadway Books, 2006, p.11-12.

que se inició el arribo de norteamericanos a San Miguel Allende en los lejanos años treinta del siglo pasado. Barry Golson, más que escribir libros de estadounidenses viajeros en México, es parte de una generación de norteamericanos jubilados que viven en México y escriben sobre su experiencia en él. Golson representa a un amplio número de residentes estadounidenses en México que buscaron un cambio radical en su estilo de vida. Renunciaron a la asfixia del trabajo exhaustivo y agobiante de la sociedad postindustrial buscando reposo en poblaciones mexicanas con un ritmo societario preindustrial.

Argumentando su cambio de vida, escribe Golson³⁵:

Aunque mi trabajo era satisfactorio, también era intenso... Casi nunca sentía que podía relajarme, especialmente cuando estaba en la cúspide de mi carrera (... Por si fuera poco) se sabía ampliamente que la mayoría de los miembros de nuestra generación, la baby boomer, no estaba ahorrando la suficiente para vivir durante sus años de jubilación. Eso, combinado, con la inseguridad general sobre la Seguridad Social, creo una ansiedad muy extendida, introspección y no pocas quejas.

Golson y su esposa analizaron la posibilidad de establecerse en Florida, Arizona y California, los estados que prefieren para jubilarse los norteamericanos en la Unión Americana, pero había un factor para ellos muy importante, y para cientos de miles de ellos que quieren conservar un alto nivel de vida: el costo. Y ahí es cuando aparece México, el cual resulta más barato, en términos generales, que Estados Unidos.

Para los esposos Golson, como para la inmensa mayoría de los vecinos del noreste de Estados Unidos, Europa les es más familiar e incluso les parece geográficamente más cercana que México. En esa región de la Unión Americana que gira alrededor de Washington D.C., y Nueva York, la imagen mexicana está moldeada por lo que se lee en los diarios y se ve en la televisión sobre la inmigración y el narcotráfico. Cuando no es

así, dice Barry Olson, lo poco que se sabe es que es un país con playas atractivas, agua no apta para beber, comida picante, peligrosos maleantes, una historia colorida y un pueblo muy trabajador. Pero no se preocupan mucho por saber más allá de los clichés, o acerca de los mexicanos que permanecen en su territorio. En California se sabe más de los mexicanos pero en el Este poco.

Cuando los Golson comentaron con sus familiares y amigos la decisión de establecerse en México, les platicaron una lista interminable de historias de horror sobre corrupción policiaca, asaltos, secuestros, etc. Pero otros, menos, les dijeron que “les tenían envidia [...] porque iban a vivir un sueño”.

Barry Golson había conocido México durante unas vacaciones familiares siendo niño. Esa experiencia había influido de manera decisiva para que Barry y su esposa, ya adultos y jubilados, decidieran establecerse al sur de la frontera. Los especialistas en el tema de la emigración de jubilados explican cómo es que ellos tienden a dirigirse a una ciudad que les brindó como turistas una experiencia agradable. Así fue con los Golson.

Para los estadounidenses que decidieron establecerse en México después de una larga vida de trabajo en su país de origen, aun con su tolerancia cultural y su gusto por el país de adopción, no es fácil ir superando muchas diferencias en los modos, procedimientos y costumbres de hacer las cosas de los dos países.

Para Golson y su esposa, un primer gran desafío fue armarse de mucha tolerancia para entender los tiempos y protocolos de la burocracia desde el mismo momento que cruzaron la frontera. La laberíntica administración pública mexicana los confundía. Incluso el frecuente pago en efectivo y no mediante tarjetas o cheques también los exasperaba. La paciencia para soportar altos volúmenes de sonido o ruido debe ser alta y también para aprender que la improvisación es el pan de cada día.

Lo interesante de Golson es que, como pocos jubilados en México, se ve como lo que son: inmigrantes. La gran mayoría de ellos se ven como turistas perpetuos o de larga estancia, pero no como inmigrantes o transmigrantes en México. Incluso estos jubilados estadounidenses en México rechazan ser vistos como ex pats o ex patriados. Golson afirma que ellos se sienten ofendidos si

³⁵ Golson, Barry, *Gingos in Paradise*, Simon and Schuster, 2006, p.2.

los llaman así. Prefieren ser vistos como “buenos americanos que simplemente tienen una dirección mexicana”. (p.14).

El cruce (de la frontera) tal y como lo reflexiono, tiene sus inquietantes ironías. Aquí estamos nosotros, personas nacidas con privilegios, ahora como inmigrantes en prospectiva cruzando un río que incontables y desesperados migrantes buscan superar para pasar al otro lado [...] y aunque hay razones económicas para emigrar a su país, también espero abrazar la vida y cultura que ellos extrañan.

Además de verse como inmigrantes, Golson reconoce que, al igual que los mexicanos que emigran a Estados Unidos, hay una razón económica para hacerlo; pero la diferencia es que unos lo hacen para sobrevivir y mejorar sus condiciones materiales de vida, otros lo hacen para llevar un estilo de vida confortable y relajado. Ambos, no obstante, a su manera y bajo diferentes condiciones sociales y materiales, buscan una mejor vida.

Si bien hay estadounidenses que al establecerse en México lo idealizan, también hay inmigrantes mexicanos que sitúan a Estados Unidos en un edén; no obstante, hay realistas en ambos lados. Los Golson, como muchos otros, no se establecen en la frontera ni en la megalópolis del valle de México, ni en pueblos pastorales alejados de la mano de Dios, sino en poblaciones con comodidades modernas y grupos de habla inglesa con las cuales puedan comunicarse sin complicaciones. A la vez, los estadounidenses han descubierto que los mexicanos son más amables, generosos, honestos y alegres en poblaciones medianas y pequeñas pero con servicios modernos.

Golson sintetiza en unos cuantos puntos las razones por las cuales miles de estadounidenses se establecen en México:

1. El costo de vida es más barato, pero no siempre es tan barato. Dependiendo de dónde provienen los jubilados los costos de la vivienda en México son de una a tres cuartas partes más bajos. Para los promedios de las grandes ciudades estadounidenses, las bienes raíces en México, en las localidades o regiones

donde se establecen los jubilados, son más baratas. Las propiedades de playa o cerca de ella en Estados Unidos tienen precios prohibitivos, pero en México todavía tienen precios accesibles para un norteamericano de ingresos medios. En Mazatlán, por ejemplo, se podían comprar casas a unos cuantos metros de la playa en los años 2000 o 2002, a 50 o 100 mil dólares, o condominios frente al mar en 70 o 120 dólares. Para 2012 los precios habían subido dos o tres veces.

2. Los estadounidenses pudieran vivir en México con sus cheques de Seguridad Social pero si adoptan el estilo mexicano de vida: tacos pero no filetes.

3. La atención médica – un gran tema entre los jubilados– es bien valorada y sus precios son muy razonables, algo muy importante, debido a que el Medicare no tiene validez fuera de Estados Unidos. La mayor parte de las medicinas controladas se pueden conseguir sin receta médica.

Las comunidades de jubilados estadounidenses o ex pats en México pueden dividirse, dice Golson, en dos grandes grupos: aquellos que se asimilan al país conviviendo con los locales, y aquellos que se aíslan ellos mismos viviendo en comunidades cerradas o en condominios.

Sobre todo para el primer grupo, dice Michael Forbes, editor de *The Guadalajara Colony Reporter*³⁶, “México puede encantarte cada día, y puede volverte loco todos los días: la vida de las plazas, el clima, el recibimiento, la gente cálida. Por otro lado, el desorden de los automovilistas, el internet que funciona mal, el concepto mexicano del tiempo”. En cualquier caso, dicen ellos, la paciencia debe ser una virtud para entenderlo y vivir al sur de la frontera.

En México, dicen los jubilados estadounidenses, la mentalidad que predomina es la vivir el ahora; poco se planifica para el futuro. Si los mexicanos dicen que van a llegar a una hora determinada, puede ser que lleguen o no. Si tienen dinero de su último trabajo, se plantean ¿para qué trabajar hoy? Para algunos americanos esa es una

³⁶ Golson, Barry, *Gringos in Paradise*, Simon and Schuster, 2006, p.15.

maravillosa manera de vivir pero a otros los vuelve locos. No obstante, todos, o casi todos, reconocen que hay una gentileza en los mexicanos que es difícil encontrar en otros lados.

Para los ex pats, un pueblo mexicano típico debe presumir un estilo de vida sin prisas ni ansias y, si es posible, una arquitectura tradicional y calles empedradas. Pero un ex pat no interesado en olfatear y saborear los mejores aspectos de la sociedad mexicana vive aislado de la población local y solo se relaciona con sus compatriotas. Para los que sí están interesados en conocer la cultura mexicana, sobre todo si proceden de las grandes ciudades estadounidenses y se alojan en ciudades pequeñas o medianas de México, suelen verla positiva incluso idealmente. Para Barry Golson quien vive en Sayulita, Jalisco, cerca de Puerto Vallarta, los mexicanos, al menos los que él ha conocido en esas poblaciones, parecen estar más conformes y felices con sus vidas que los estadounidenses que se relacionan con ellos. Los mexicanos parecen estar contentos, menos ansiosos y más llevaderos con sus vidas que muchos norteamericanos. Lo paradójico, opina Golson, es que los americanos que tienen como meta la felicidad en los documentos fundadores de su nación, buscan la felicidad como individuos, fuera de sí mismos, y la encuentran elusiva; “mientras que los mexicanos, que nacieron de la opresión y la impotencia, con un sistema político que ha funcionado caprichosamente, han sabido encontrar un alto nivel de felicidad consigo mismo y sus familias”³⁷.

Uno de los aspectos que más llaman la atención y confunden a los estadounidenses que llegan a México es la concepción y manejo del tiempo. Así lo interpreta Golson:

Para los mexicanos el tiempo es circular, no lineal, por lo tanto están a la expectativa de que si algo no sucede como se calendarizó, en algún momento sucederá, y el destino la decidirá. Es muy cierto que en México uno puede estar un montón de tiempo esperando. “Mañana” es un cliché burlón para los americanos, pero esa pasa porque lo traducimos directamente del diccionario [...] “Mañana” para los mexicanos no es un sustantivo sino un futuro condicional.

Golson emprendió un largo y fino recorrido por diferentes recovecos de la mentalidad mexicana en el libro que aquí se ha citado ampliamente. Su objetivo es explicar a los estadounidenses que piensan residir en México los desafíos pero también las bondades que pueden encontrar con sus vecinos del sur. Al final de su libro, reseña los que considera son 10 mitos sobre las condiciones de la jubilación estadounidense en México.

1. “Necesitas hablar español para hacerlo”. En realidad no, sin embargo tu experiencia se enriquecerá exponencialmente si agregas una nueva lengua a tu vida.

2. “Campea el crimen”. Salvo algunas excepciones no sucede contra turistas y residentes extranjeros.

Nada causa un miedo más grande entre americanos y canadienses que los informes de violencia, robo armado y secuestro en México, o la corrupción en la policía y el gobierno. Pero en pequeñas localidades y en la mayoría de los lugares que los americanos han escogido para vivir, los jubilados dicen que se sienten más seguros caminando en la noche en esos lugares que en Estados Unidos.

Los pequeños robos y los sobornos de la policía de tránsito son parte de la vida diaria de México. Pero cuando se trata de cosas mayores – como la seguridad personal o la honestidad cotidiana- Golson se ha sentido más seguro en México que en Estados Unidos.

Hay un amplio acuerdo entre las autoridades y habitantes locales que los crímenes contra los “gringos” son malos para su economía.

Para cualquier medición de la vida diaria de los americanos residentes en México la incidencia del crimen es extremadamente rara. Cerramos nuestras casas con llave, pero no vivimos con miedo.

4.”Cuando te vas a México te separas de la familia y los amigos”. No tanto, por los descuentos de las líneas aéreas, telefonía barata, e Internet.

La mayoría de los americanos se jubilan a unas cuantas millas del último lugar donde vivieron, presumiblemente porque

³⁷ Ibid, p.67.

quieren estar cerca de sus niños, nietos y amigos. Pero un buen número de jubilados dicen que han encontrado un balance en la aventura de vivir en el extranjero viendo justo lo suficiente a sus familiares y amigos. Han ahorrado lo suficiente para tomar vuelos baratos a los Estados Unidos varias veces al año e incluso para invitar a sus hijos varias veces. Hacen llamadas a través de internet y pueden sostener largas conversaciones con sus hijos y vecinos en la Unión Americana. Incluso tienen servicios especiales que les informan de ofertas para volar.

5."Los mexicanos son hostiles a los americanos". Mayormente falso, las encuestas dice que como en cualquier otro lugar. Durante una década durante la cual los Estados Unidos vieron disminuir simpatías en el mundo, las actitudes de los mexicanos hacia los americanos y Estados Unidos permanecieron positivas.

6."Los mexicanos son flojos". Falso. Si hay una calumnia que merece ser expulsada por siempre es el estereotipo del mexicano con sombrero y debajo de un nopal. Incluso comparado con los japoneses los mexicanos son industriuosos. Aunque es cierto que los horarios y las citas son manejados muy flexiblemente, a la larga, los mexicanos cumplen, y en sus propios tiempos, trabajan largas jornadas. Que ellos saben cómo bajar el ritmo y cómo celebrar con frecuencia es algo que los americanos deberían aprender.

7."La atención médica mexicana es inferior". No necesariamente. Se puede pagar modestamente por una excelente atención.

8."A) Los americanos no pueden comprar tierra en México y...B) Los Americanos pueden comprarla, pero se la pueden quitar". A) En general falsa, y donde es cierto, es un tecnicismo. Fuera de la frontera y en las costas los extranjeros pueden comprar con sus propios nombres, y en las costas lo pueden hacer a través de los fideicomisos.

9."Las mujeres extranjeras no se sienten cómodas en una sociedad machista". Falso, aunque paradójico. El machismo

no es un mito. Pero las mujeres "ex pat" y las visitantes dicen que han sido tratadas con respecto y dignidad por los hombres mexicanos. Para una mujer jubilada, por su edad y aura maternal está muy lejos de ser agredida u ofendida por un macho.

10. "En casi todas partes el agua entubada no es segura para beber". Cierto. Nueve de cada diez veces no es buena para beber.

Otro género bibliográfico que podría situarse entre los libros de viajeros y los que escriben los jubilados estadounidenses establecidos en México, es el que constituye una especie de diccionarios costumbristas que, a través de personajes, lugares y situaciones específicas, tratan de explicar lo que los estadounidenses consideran son los rasgos más característicos de los mexicanos. El fin de estos libros sería el de dotar a los norteamericanos de los conocimientos mínimos para entender la mentalidad mexicana, y las diferencias sociales y regionales que puedan influir en ella.

Tres de ellos, entre muchos otros, son: *Not as a tourist...in Mexico*, (1979) de Peter J. Wallenberg; *Good Neighbors* (1985), de John C. Condon, y *The Mexicans. A personal Portrait of a People*, (1989), de Patrick Oster. El primero fue editado en México pero escrito en inglés; los dos otros dos fueron impresos en Estados Unidos. Wallenberg, describe personajes y reseña episodios de su paso por México, pero inicia su libro con dos rasgos de la conducta mexicana que llaman la atención de los estadounidenses y que con frecuencia son comentados: el uso del tiempo, (que el autor llama the mañana principle), y la cortesía.

A este autor le provocó muchos enojos y tiempo entender la concepción del tiempo de muchos mexicanos. Al intentar una explicación de cómo lo deben entender sus paisanos, escribe³⁸:

La amarga experiencia me ha enseñado que mañana significa casi cualquier cosa menos mañana o en la mañana. Créanme, mañana quiere decir alguna vez, quizá pronto, pero no mañana. Puede significar casi cualquier cosa, quizá la semana siguiente o el mes próximo, o en casos extremos, nunca. Es un modo cortés de

³⁸ Wallenberg Peter, J. *Not as tourist...in Mexico*, Editorial Minutiae Mexicana, 1985, pp.10-11.

no decir nunca “no” sin comprometerse a decir “sí”.

Alguno muy cercano a lo anterior, aunque en una forma minimizada, es el principio del ahorita. Es el mañana en diminutivo. También significa algo que puede ser pronto pero considerablemente más pronto que mañana”. La cortesía mexicana, Wallenberg la describe así:

“Mi casa es su casa” (my house is your house) es la punta más alta de la cortesía mexicana, pero es una expresión impersonal, cuyo real significado es que usted debería sentirle libre de hacer una llamada telefónica local desde la casa de sus amigos o entrar a casa por algunos minutos mientras cae un aguacero.

Por lo general, las cortesías mexicanas son de un diseño altamente avanzado. Es un arte en sí para decir la palabra apropiada (algunas veces es una oración completa) en el momento apropiado. (Incluso en los negocios) La cortesía viene primero y por delante y los negocios son manejados como un asunto secundario incluso cuando fue el motivo de la reunión. En México la cortesía común es tan grande que nadie puede decir no a una solicitud. Si va a una frutería a comprar plátanos y el vendedor no tiene, él no dirá lo siento, no hay plátanos este día. En su lugar él dirá que las tendrá mañana o ahorita.

En México, es necesario tener gran paciencia para ir al meollo de los asuntos. Los mexicanos deben decir cualquier cosa que quieran decir a su manera o no dicen nada. Una historia normalmente empieza en un pasado distante antes de que lentamente empiece a llegar al presente. Usted no debe interrumpir, porque podría no ser cortés.

Sin embargo, la cortesía en el manejo difícilmente existe. Los conductores son una clase por sí mismos; ellos están más allá de todos. Los conductores manejan sin ninguna consideración por el peatón u otro conductor. El machismo puede ser observado de muchas maneras, pero en ningún otro lugar tan claramente cuando un hombre anda sobre ruedas.

Condon³⁹ dice que si una cultura es conocida por las palabras que utiliza, México es mejor conocido por la tierra del mañana. Algunos mexicanos, recuerda el autor, dicen que los americanos están tan concentrados en el presente que se olvidan de gozar el futuro; y algunos estadounidenses dicen que los mexicanos están tan involucrados en el presente que se olvidan de planear el futuro. Estos ejemplos, dejan claro que las orientaciones del pasado y el presente son diferentes en cada cultura, y cada cultura juzga a la otra basada en su propia orientación.

Alain Riding, quien no es un viajero que haya pasado por México ni un jubilado que escriba sus experiencias mexicanas, sino un destacado periodista, corresponsal del New York Times durante los años ochenta del siglo anterior, escribió uno de los libros sobre México más leídos en ambos países con una visión crítica pero a la vez equilibrada, donde también comenta la concepción mexicana del tiempo. Así lo interpreta Riding⁴⁰

Los mexicanos incluso han hecho frente al sentido occidental del tiempo [...] El futuro se contempla con fatalismo y, por ende, el concepto de planificación resulta anormal. Pensando que el curso de los acontecimientos está predeterminado, los mexicanos no encuentran gran justificación para disciplinarse en una rutina [...] El tiempo mismo entraña reglas que deben desafiarse. Cotidianamente, la puntualidad parece poco valiosa, ya que no vale la pena truncar nada importante o grato en aras de un compromiso futuro: el llegar tarde a una cena, una hora o más, no merece una disculpa: por el contrario, lo grosero es llegar a tiempo [...] Por consiguiente, el síndrome del mañana no es síntoma de ineficiencia o pereza crónicas, sino más bien evidencia de una filosofía del tiempo totalmente diferente. Si el pasado está seguro, el presente se puede improvisar y el futuro vendrá por sí mismo.

Numerosos críticos, tanto nacionales como

³⁹ Condon, John C., *Good Neighbors. Communicating with the Mexicans*, Intercultural Press Inc., USA, 1985.

⁴⁰ Riding, Alan, *Vecinos distantes. Un retrato de los mexicanos*, Joaquín Mortiz/Planeta, México, 1985, pp.16-17.

extranjeros, incluyendo a Alan Riding, opinan que la cultura gerencial mexicana carece de planificación a largo plazo, con el resultado de que muchas empresas buscan obtener altas ganancias a corto plazo con un mínimo de esfuerzos; pero algo parecido dicen de los estadounidenses en sociedades más meticulosas y organizadas, como la japonesa o la alemana. Si bien es cierta la crítica a la cultura empresarial mexicana, no deja de ser verdad que el manejo o la orientación del uso del tiempo es relativo y contextual.

Edward Hall, destacado estudioso de las culturas, citado por Condon, habla de dos concepciones del tiempo: el “monocrónico” (M) y el “policrónico” (P), los cuales corresponden a los modos en que estadounidenses y mexicanos conciben el tiempo respectivamente. La concepción M cuida hacer “una cosa a su tiempo”. Ahí el tiempo es lineal, segmentado. Se mide con precisión. La gente de la concepción M gusta de la puntualidad y se incomoda con las distracciones.

En contraste, la concepción P se caracteriza porque muchas cosas suceden a la vez, con una noción más “suelta” de lo que se entiende por estar “a tiempo” o “tarde”. Las interrupciones son rutinarias, y los retrasos son comunes. No se espera que las actividades procedan como un reloj.

No es fácil ajustarse a concepciones del tiempo diferentes, pero en sus relaciones, estadounidenses y mexicanos, dentro del territorio mexicano, sobre todo cuando participan los jubilados, van aprendiendo a ajustarse mutuamente a sus usos del tiempo. Inevitablemente los americanos aprenden a ceder más en sus mecanismos cronológicos porque están dentro de una cultura dominante que no es originalmente la suya.

Patrick Oster en su libro *The Mexicans*, ensaya una interpretación de diferentes aspectos de la sociedad mexicana a través de una amplia variedad de personajes, como “la muchacha” (o la empleada doméstica), “el junior”, “el traga fuego”, “el priista”, “el panista”, etc.

De los personajes que retrata Oster, la empleada doméstica, el médico y el policía serían tres de los sujetos sociales con los que los jubilados extranjeros tienen una relación más frecuente cuando se establecen en México. De los dos primeros por lo general externan una opinión muy positiva, pero de la policía prácticamente nunca. En este tema los mexicanos coinciden con los

estadounidenses. Escribe Oster⁴¹: Los mexicanos abominan a su policía. Detrás de esta inocultable antipatía está el temor perfectamente justificado de que un encuentro con la policía mexicana puede conllevar extorsión, robo, tortura, o incluso, la muerte.

Precisamente, una de las recomendaciones más frecuentes en las guías de turistas o libros de viajeros de estadounidenses es la de cuidarse de la policía mexicana, en particular, la de tránsito. Incluso las prisiones son nidos de corrupción policial tal y como lo vio David Lida⁴², otro viajero estadounidense, en el Reclusorio Oriente de la Ciudad de México: “[...] es por mucho un microcosmos de la gran Ciudad de México, por su caos, burocratismo, corrupción y desigualdad.”

Sobre la corrupción de la policía de tránsito dice Riding⁴³:

La forma más visible de corrupción oficial, la “mordida” de un agente de tránsito, es prácticamente una forma de vida y ocurre miles de veces todos los días. El agente de tránsito detiene a camiones, taxis, automóviles particulares y, según sea la infracción, extrae un soborno en lugar de una multa. Esto no es difícil, porque la mayoría de los conductores prefiere pagar la “mordida” que la multa, que es más cara. [...] Sin embargo, la corrupción de la policía, tradicionalmente, ha ido mucho más allá de las cuestiones de tránsito, agrega Riding.

4 CONCLUSIONES

De la visión estadounidense sobre México de la primera mitad del siglo XIX a la de inicios del siglo XXI hay una notable diferencia. Se pasó de una crítica a prácticamente todos los usos y costumbres, hábitos y prácticas sociales de la sociedad mexicana, a la tolerancia e incluso a veces al elogio de valores culturales de rasgos tradicionales de la cultura mexicana.

La visión era compartida por viajeros

⁴¹ Oster Patrick, *The Mexicans. A personal portrait of a people*, Harper and Row Publishers, New York, 1989, p.166.

⁴² Lida, David, *First stop in the new world. Mexico City, the capital of the 21st century*, 2009, pp. 231.

⁴³ Riding, *Ibidem*; p.144.

ocasionales, diplomáticos o escritores profesionales, es decir, era una visión societaria y no meramente individual y ocasional. En la base material de esa crítica estaban las enormes diferencias económicas y sociales, independientemente de las culturales, de las dos jóvenes naciones. México, a mediados del siglo XIX era una nación sumamente pobre, y Estados Unidos ya se había ubicado como una de las más ricas de esa época. En contraste, después de la Segunda Guerra Mundial, México ya había alcanzado avances económicos y sociales como resultado de la Revolución de 1910, lo cual permitía que a algunas de sus ciudades y regiones se les viera menos lejanas de las vistas en Estados Unidos.

No obstante, los mexicanos no han aprendido a ser plenamente modernos, según los cánones de la sociedad norteamericana y otras naciones capitalistas avanzadas. En México, la competencia, innovación, eficiencia, sistematicidad, puntualidad, planeación, alta productividad, organización, coordinación, legalidad, etc., pocas veces o nunca han alcanzado los niveles de Estados Unidos. Y lo mismo puede decirse de un sistema político insatisfactoriamente democrático y con altos niveles de corrupción. Es por ello que la sociedad mexicana históricamente ha sido severamente juzgada por los norteamericanos y los ciudadanos de otras sociedades desarrolladas.

En contraste con lo anterior, a lo largo de los siglos XIX y XX y los primeros años del XXI, la hospitalidad, cortesía y calidez de los mexicanos es lo que más han valorado los estadounidenses de los mexicanos. Estos valores, los cuales son prescindibles en una sociedad capitalista moderna, son los que más celosamente han conservado los mexicanos y más aprecian los estadounidenses, sobre todo en el siglo XXI; donde los jubilados, particularmente, buscan un estilo de vida donde la sociabilidad mexicana alivia la soledad e invita a la actividad lúdica.

El estilo de vida de los baby boomers, en particular, se adapta con mayor facilidad a la sociedad mexicana que cualquier otra generación de estadounidenses que haya pasado por México. Y esto es así porque los baby boomers, o por lo menos muchos de ellos, lucharon o por lo menos presenciaron las luchas contra la segregación racial. Ellos iniciaron el movimiento ambientalista que aún persiste. Quienes revivieron con nuevo ímpetu el movimiento feminista. Quienes participaron, se solidarizaron o contemplaron con los movimientos

estudiantiles y laborales de los latinos. Quienes aceptaron una sociedad culturalmente más diversa y tolerante.

Sin haber experimentado todo lo anterior, sin haber respirado esas atmósferas de profundos cambios culturales, cientos de miles de baby boomers, aún siendo México un país más barato y geográficamente cercano, no habrían optado por residir o pasar largas temporadas de la última etapa de sus vidas en un país tan diferente. Este nuevo movimiento migratorio de los baby boomers es también, en gran medida, la confirmación, y la última etapa, de una generación que buscó una nueva forma de vida dentro de una modernidad cansada.

En el contraste y balance que hacen las generaciones actuales de turistas estadounidenses sobre México, y más particularmente el que se hacen los baby boomers se inclinan por la aceptación y adaptación a una cultura que, precisamente por sus rasgos tradicionales, a ellos provenientes de una sociedad postindustrial, les parece más atractiva y conveniente para el descanso y la vida en retiro laboral. Pero esta conveniencia, que ofrece clima más cálido, precios de insumos, bienes de consumo y servicios más baratos, también busca un estilo de vida de ritmo más calmo, relaciones sociales más cercanas y, finalmente, más placentero que les brinda una sociedad menos desarrollada.

Bibliografía

COHAN, T. Mexican Days, Journeys into the heart of Mexico. *Arizona Highways Magazine*, Broadway Books, New York, Vol. XXVI, N°. 11, pp. 72-98, november, 2006.

CONDON, J. *Good Neighbors. Communicating with the Mexicans*. 1. ed. Arizona: Intercultural Press Inc., 1985.

DAVIDOW, J. *El oso y el puercoespín. Testimonio de un embajador de Estados Unidos en México*. 1. ed. México: Editorial Grijalbo, 2003.

DE ZAVALA, L. ¿Qué país es éste?. *Demócrata Sinaloense*, CONACULTA, Mazatlán, Sinaloa, Tomo XX, 13-VII-1939, 1996.

SECRETARÍA DE TURISMO. Departamento de

- Turismo. *Testimonio de una Política en Materia de Turismo*. Informe 57. (Mimeografiado). México, D.F., 1964.
- SECRETARÍA DE TURISMO. Departamento de Turismo. *Estudio de factibilidad para el proyecto de una Marina en Mazatlán, Sinaloa*. Informe 134. (Mimeografiado). México, D.F., 1977.
- SECRETARÍA DE TURISMO. Departamento de Turismo. *Evaluación de los Servicios Turísticos*. Informe 289. (Mimeografiado). México, D.F., 1985.
- DIADUK, A. *Viajeras Anglosajonas en México*. 1. ed. México: Sepsetentas, 1973.
- DYCHTWARD, K. *The Boomer Century*. 1. ed. New York: Springboard, 2007.
- FRANZ, C. *The people guide's to Mexico*. 1. ed. California: Avalon Travel Publishing Group, 1972.
- GOLSON, B. *Gringos in Paradise*. 5. ed. New York: Simon and Schuster, 2006.
- Demócrata Sinaloense*, Mazatlán, Sinaloa, Tomo XV, 24-I-1934 y 27-V-1934. Autor desconocido.
- El Día*, Mazatlán, Sinaloa, Tomo XX, 15-VIII-1939. Autor desconocido.
- Llegó a Culiacán la caravana de trailers. *El Sol del Pacífico*, Mazatlán, Sinaloa, 14-I-1955. Autor desconocido.
- El Universal*, Ciudad de México, 9 de julio de 1929. Autor desconocido.
- GOOCH, C. *Face to Face with the Mexicans*. 1. ed. New York: J.J. Little & Co., 1887.
- HOFSSOMMER, D L. *The Southern Pacific: 1900-1985*. 1. ed. Texas: University Press, 1986.
- HOPKINSON, S. *Paseo de la Reforma*. 1. ed. Boston: Mariner Books, 1995.
- LIDA, D. *First stop in the new world. Mexico City, the capital of the 21st century*. 1. ed. New York: Riverhead Trade, 2009.
- LIGHT, P. *Baby Boomers. Those born between 1946 and 1964*. 1. ed. Canada: Penguin Books, 1988.
- LINDSAY, L. *Gringa. An American Woman in México*. 2. ed. New York: Houghton Mifflin Co., 1934.
- LIZÁRRAGA, O. *Importancia del turismo internacional de retiro*. 1. ed. México: Jorale Editores, 2008.
- MEJÍA, F. Tres miradas estadounidenses en México. *Proceso*. México, p.54. 30-X-2
- MÉXICO: *What an average tourist saw and did in a three week's trip*. Published by Southern Pacific, 1933.
- OSTER, P. *The Mexicans: A personal portrait of a people*. 1. ed. New York: Harper and Row Publishers, 1989.
- PAREDES, R. *The Mexican Image in American Travel Literature: 1831-1869, Estados Unidos, enero 1977*. Disponible en <https://ejournals.unm.edu/index.php/nmhr/article/view/782>. Acceso: enero de 1977.
- RIDING, A. *Vecinos distantes. Un retrato de los mexicanos*. 1. ed. México: Planeta, 1985.
- ROTHMAN, H. *Devil's Bargains: Tourism in the Twentieth Century American West*. 1. ed. Lawrence: University Press of Kansas, 1998.
- ROUGH, S. *Are We there yet: The Golden Age of the American Family Vacations*. 1. ed. Kansas: University of Kansas, 2008.
- RYAN, A. *The Reader's Companion to Mexico*. 1. ed. New York: Harvest Original, Harcourt Brace and Company, 1995.
- SÁNCHEZ, J. *Mazatlán de antaño*. 1. ed. Sinaloa: La Palma, 1959.
- SANTAMARÍA, A. *Del alba al anochecer: El turismo en Mazatlán (1972-2004)*. 1. ed. Sinaloa: UAS-

Coordinación General de Asesores del Gobierno de Sinaloa, 2005.

SHAFFER, M. *See America First: Tourism and National Identity, 1880-1940*. 1. ed. Washington: Smithsonian Institution Press, 2001.

STORM, M. *Little Known Mexico: The story of a search for a place*. 1. ed. London: Hutchinson and Co. Ltd., 1932.

STOWE, W. *Going Abroad: European Travel in Nineteenth-Century American Culture*. 1. ed. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1994.

TOCQUEVILLE, A. *La Democracia en América*. 2. ed. Madrid: Alianza Editorial, 1980.

TUCKERMAN, Henry. *The Philosophy of Travel. United States Magazine and Democratic Review*. Astor House, New York. Vol. XX, 1844.

WALLENBERG, J. *Not as tourist...in Mexico*. 1. ed. México: Minutiae Mexicana, 1985.

WILSON, D. *Ensayo de Recent Works on Tourism in Latin America*. University of Missouri, St. Louis, 2013. Pp. 259-264. Ensayo. Disponible en: http://lasa.international.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/vol46no2/Wilson_259-264_46-2.pdf

ZEITZ, J. *White Ethnic New York: Religion, Ethnicity and Political Culture in Post-War Gotham, 1945-1970*. 1. ed. North Carolina: University of North Carolina Press, 2007.

Relacionamento entre Organizações e Competitividade Turística: um estudo sobre o Conselho Nacional de Turismo

Valmir Emil Hoffmann ¹

Daniel Pires Vieira ²

Resumo:

O estudo da competitividade de destinos turísticos envolve não só as organizações relacionadas diretamente ao processo produtivo, mas o conjunto de relacionamentos capazes de fomentar sinergias e promover a competitividade e o desenvolvimento, tanto para empresas, quanto para a região ou país em que o destino se insere. O objetivo do presente trabalho é avaliar o relacionamento entre as organizações que compõem o Conselho Nacional de Turismo – CNT – em termos de sua contribuição conjunta para a competitividade dos destinos turísticos brasileiros. Para tanto, buscou-se a verificação dos indicadores propostos pelo modelo de Dwyer e Kim (2003), mais especificamente em sua dimensão Gestão do Destino, nas variáveis Organização da Administração e Políticas, Planejamento e Desenvolvimento. Foi utilizada análise documental das atas das reuniões do Conselho entre os anos de 2003 e 2010. As conclusões apontam que a atuação do CNT tem potencial para contribuir de forma positiva para a competitividade do turismo nacional, no entanto essa contribuição vem diminuindo ao longo dos anos.

Palavras-Chave: Competitividade. Modelos de Competitividade. Competitividade Sistêmica.

RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONS AND TOURIST COMPETITIVENESS: A STUDY ABOUT THE NATIONAL TOURISM BOARD

Abstract:

The study of destinations competitiveness includes not only those organizations directly related to the productive process, but also the group of relations capable of promoting synergies, competitiveness and local development. The objective of this paper is to evaluate the relationship among organizations that take a part in Brazil's National Tourism Council (Conselho Nacional de Turismo – CNT) in terms of their conjunct contribution to Brazilian touristic destinations competitiveness. In order to accomplish the objective, the study aimed to verify the indicators proposed by Dwyer and Kim (2003) to evaluate the Destination Management Dimension. The method applied was the documentary analysis of the minutes of the Council meetings from 2003 to 2010. The results show that the National Tourism Council contributes positively to the tourism competitiveness, however this contribution has been diminishing through the years.

Keywords: Competitiveness. Competitiveness Models. Systemic Competitiveness.

RELACIONAMIENTO ENTRE ORGANIZACIONES Y COMPETITIVIDAD TURISTICA: UN ESTUDIO SOBRE EL CONSEJO NACIONAL DEL TURISMO

Resumen:

El estudio de la competitividad de los destinos incluye no sólo las organizaciones directamente relacionadas

¹ Economista (UNIVALI), Mestre (UFSC) e Doutor em Administração de Empresas (Universidad de Zaragoza - Espanha). Atua como professor titular do Departamento de Administração e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília. Centra suas investigações em estratégia e competitividade, em temas como relações inter-organizacionais, redes e aglomerações territoriais (clusters), tanto na indústria de manufatura como no turismo, com diversas publicações sobre o assunto. E-mail: ehoffmann@unb.br

² Bacharel em Relações Internacionais e Mestre em Administração pela Universidade de Brasília - UnB. Atualmente atua como professor voluntário no Departamento de Administração e cursa o doutorado no Programa de Pós-Graduação em Administração pela UnB. E-mail: vieira.pires@gmail.com

con el proceso productivo, sino también el conjunto de relaciones capaces de promover las sinergias, la competitividad y el desarrollo local. El objetivo de este trabajo es evaluar la relación entre las organizaciones que participan del Consejo Nacional de Turismo de Brasil en términos de su contribución conjunta a la competitividad de destinos turísticos brasileños. Con el fin de lograr el objetivo, el estudio trata de verificar los indicadores propuestos por Dwyer y Kim (2003) para evaluar la dimensión de la gestión de destinos. El método empleado fue el análisis documental de las actas de las reuniones del Consejo de 2003 a 2010. Los resultados muestran que el Consejo Nacional de Turismo contribuye positivamente a la competitividad turística, sin embargo esta contribución ha ido disminuyendo con los años.

Palabras clave: Competitividad. Modelos de Competitividad. Competitividad Sistémica.

1 INTRODUÇÃO

O reconhecimento do turismo como uma importante atividade econômica e o crescimento da oferta de destinos turísticos vem contribuindo para o aumento da competição no setor, o que requer análises mais profundas a respeito dos fatores explicativos da competitividade de destinos turísticos (GONZÁLEZ; RUIZ, 2006). Há quase duas décadas, Esser et al. (1996) já argumentavam que, com as condições macroeconômicas cada vez mais similares entre os países, as ações coordenadas entre as organizações com vistas à sinergia de esforços e o equilíbrio entre interesses próprios e coletivos tornam-se determinantes para a geração de vantagens competitivas. No Brasil o tema competitividade de destinos turísticos foi posto em evidência a partir do diagnóstico realizado pelo Ministério do Turismo – MTur, presente no Plano Nacional de Turismo 2003 – 2007, que apontou a falta de estruturação do setor turístico como a causa de sua baixa competitividade (COSTA; HOFFMANN, 2006).

Destinos turísticos são compreendidos por Buhalis (2000) como áreas geográficas definidas que oferecem um conjunto de produtos e serviços turísticos integrados que serão comercializados e consumidos pelos turistas sob a marca comum do destino. Em vista da complexidade, da

heterogeneidade e da complementaridade das atividades econômicas que compõem os serviços prestados ao turista, a competitividade de um destino turístico não pode ser avaliada a partir de uma única atividade econômica. A análise da competitividade de destinos turísticos traz consigo a necessidade e o desafio de uma visão abrangente que considere os diversos fatores que direta ou indiretamente influenciam o seu desempenho. Vista sob uma perspectiva sistêmica, a competitividade de um destino turístico envolve não somente seus recursos inatos (naturais e culturais) e sua estrutura de suporte ao desenvolvimento da atividade, mas também as estruturas governamentais e sociais de apoio que perpassam as atividades econômicas.

O sucesso da atividade turística não pode ser analisado de forma isolada e está diretamente relacionado ao desempenho das organizações econômicas e sociais direta ou indiretamente envolvidas na gestão do turismo (CROUCH; RITCHIE, 1999). Esser et al. (1996) destacam que a análise da competitividade deve considerar fatores de integração social de forma a assegurar a coordenação entre esses diferentes níveis e a partir de fatores capazes de gerar um entorno apto a fomentar, multiplicar os esforços das empresas, tais como redes de associação e cooperação. Ao observar especificamente o caso brasileiro nota-se a existência em diferentes níveis administrativos de órgãos colegiados com a atribuição de discutir e orientar o desenvolvimento turístico. Em âmbito federal a implementação das políticas de turismo é orientada pelo Conselho Nacional de Turismo – CNT, órgão colegiado com participação de organizações públicas e privadas relacionadas à atividade turística.

Partindo dessas considerações, o objetivo do presente artigo é avaliar o relacionamento entre as organizações que compõem o CNT em termos de sua contribuição para a geração de competitividade para os destinos turísticos brasileiros. De forma mais específica, pretende-se estudar os relacionamentos existentes entre as organizações que compõem o CNT de modo a verificar se essas demonstram ser capazes de se articular, cooperar e defender seus interesses de maneira a aprimorar a competitividade do turismo nacional, conforme indicadores propostos no Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003).

Além da presente seção, o trabalho encontra-

se dividido em outras quatro. Na seção dois é discutido o conceito de vantagem competitiva segundo diferentes abordagens e são apresentados os modelos de competitividade turística a partir dos quais serão identificados os indicadores que respaldarão as análises. A seção três inicia com uma breve descrição do CNT e de suas principais atribuições, de forma caracterizar o objeto de estudo. Ainda na mesma seção são apresentados o método e as categorias que orientam a coleta de dados e as análises realizadas. Nas seções quatro e cinco são apresentados os resultados e as conclusões do trabalho.

2 VANTAGENS COMPETITIVAS

A geração de vantagem competitiva se pauta em critérios objetivos. Coyne (1986) ressalta o papel desempenhado pela demanda ao estabelecer que uma vantagem competitiva sustentável é alcançada quando três condições distintas são satisfeitas: os consumidores percebem uma diferença consistente entre os atributos dos produtos da empresa e os da concorrência; essa diferença é resultado de uma lacuna de capacidade entre a empresa e a concorrência; e essas duas diferenças são duradouras. Dessa forma, vantagens competitivas derivam de diferenças entre competidores, sendo que elas devem se materializar de forma a serem percebidas pelo mercado, ou seja, devem refletir em algum critério chave que influencie a decisão de compra (COYNE, 1986; HOFFMAN, 2000).

Embora não tenha operacionalizado um conceito formal de vantagem competitiva (HOFFMAN, 2000), Porter (1986) fez uma das mais influentes contribuições para o campo ao fornecer um modelo de análise da competitividade da empresa alicerçado na estrutura da indústria e não na firma individual (FURRER; THOMAS; GOUSSEVKAIA, 2008). Conectado ao Modelo da Estrutura – Conduta – Performance (VASCONCELOS; CYRINO, 2000) a proposta de Porter (1986) demonstra que a intensidade da concorrência em uma indústria é determinada por cinco forças competitivas: rivalidade existente entre competidores, ameaça de substituição, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e ameaça de entrada de novos competidores.

De forma alternativa, a Visão Baseada em Recursos – VBR – busca examinar a relação

existente entre as características internas da firma (seus recursos) e o seu desempenho (BARNEY, 1991; GRANT, 1991). A vantagem competitiva, segundo a VBR, seria alcançada pela empresa ao implementar uma estratégia única, não implementada concomitantemente por qualquer empresa concorrente, seja atual ou potencial. A sustentabilidade da vantagem competitiva seria derivada da capacidade da empresa em evitar que a concorrência duplique essa estratégia (BARNEY, 1991; HOFFMAN, 2000). Barney (1991) destaca que nem todas as empresas possuem recursos com capacidade de proporcionar vantagens competitivas e que um recurso para ser capaz de gerar vantagens competitivas deve contar com as seguintes características: serem raros, valiosos, imperfeitamente imitáveis e não possuírem substitutos estratégicos equivalentes.

Contudo, o mercado, a indústria e a firma não são os únicos responsáveis pelo êxito competitivo da empresa. Meyer-Stamer (2001) afirma que o desenvolvimento industrial bem-sucedido não se estabelece somente com fatores presentes no nível empresarial ou com condições presentes no nível macroeconômico, sendo necessária ainda a articulação entre organizações públicas e privadas em diversos níveis. Esser et al. (1996) destacam que a competitividade não pode ser explicada exclusivamente pela perspectiva centrada no nível empresarial e estabelecem dois critérios complementares para a competitividade das empresas: estarem submetidas à competição com outras empresas de forma a buscarem aprimorar seus produtos; e estarem localizadas em redes articuladas que potencializem e apoiem os seus esforços. Destaca-se, assim, a necessidade de um entorno eficaz e a complementaridade entre competição e cooperação para a criação de competitividade.

Partindo dessas considerações, Esser et al. (1996) propõem o modelo de Competitividade Sistêmica que decompõe a análise da competitividade local, regional ou nacional, em quatro níveis distintos, porém interrelacionados: nível meta, relacionado a fatores de integração social de maneira a assegurar a coordenação entre os diferentes níveis; nível macro, relacionado à geração de políticas públicas e à manutenção da estabilidade do ambiente macroeconômico; nível meso, relacionado a fatores capazes de criar um

entorno apto a fomentar e multiplicar os esforços das empresas (ex.: redes de associação e cooperação); e nível micro, relacionado aos aspectos internos e ao entorno imediato das empresas (ESSER et al., 1996). A avaliação da competitividade no modelo de Competitividade Sistêmica envolve uma percepção mais ampla sobre o meio da empresa, considerando as diretrizes dos governos em distintas esferas, a interação da empresa com seu ambiente e a coordenação de atividades conjuntas, tanto por parte do governo quanto da iniciativa privada, o que oferece uma complementação às propostas de Porter e da Visão Baseada em Recursos (HOFFMANN; COSTA; BATAGLIA, 2010).

Nota-se assim uma evolução na percepção de como se logra a vantagem competitiva. Inicialmente focada no desempenho da empresa a partir das características da indústria em que ela se insere ou nos recursos e capacidades que ela dispõe passando para um modelo de análise da competitividade focado nas características do entorno social da empresa. Dessa forma, a competitividade envolve não só as organizações diretamente envolvidas no processo produtivo, mas o conjunto de relacionamentos capazes de fomentar sinergias e promover a competitividade e o desenvolvimento, tanto para empresas, quanto para a região ou país. Os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos seguem essa perspectiva não só pela diversidade de indústrias envolvidas no setor (HASSAN, 2000), mas pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que direta ou indiretamente sofrem os impactos do desenvolvimento da atividade, e por demandar colaboração e cooperação dos diferentes níveis de forma a competirem de forma efetiva (CROUCH; RITCHIE, 1999).

Ao analisar os modelos de competitividade de destinos turísticos, Miki, Gândara e Medina-Muñoz (2011) identificam entre os principais aqueles propostos por Ritchie e Crouch (1999) e Dwyer e Kim (2003). O modelo de Calgary, proposto por Crouch e Ritchie (1999), embora apenas conceitual (RIVERO; CALDERA, 2004), é reconhecido como uma das contribuições mais importantes para a competitividade de destinos turísticos (CASTRILLÓN et al., 2011). O modelo parte de uma perspectiva sistêmica e relaciona o conceito de competitividade de um destino turístico à sua capacidade de contribuir para a economia

local e para o aumento da qualidade de vida da população. Tal modelo vem sendo desenvolvido pelos autores e, em uma de suas versões mais recentes, a competitividade de um destino é avaliada a partir de cinco dimensões: Recursos Centrais e Atrativos, Fatores de Suporte e Recursos, Gestão do Destino, Políticas e Planejamento do Destino e Determinantes Qualificadores. As dimensões sofrem influência de aspectos macro e microambientais do destino (RITCHIE; CROUCH, 2010).

Os aspectos macroambientais representam as possíveis externalidades ambientais, políticas, tecnológicas e econômicas, às quais o destino turístico encontra-se susceptível. Os aspectos competitivos microambientais são representados pelas diferentes empresas inseridas na cadeia produtiva do turismo (hotéis, operadoras, operadoras de receptivo, empresas de transporte, restaurantes, entre outras), associações, consumidores, órgãos públicos e outros stakeholders da atividade turística. Ritchie e Crouch (2010) ressaltam que para um destino ser efetivamente competitivo, ele deve funcionar como uma entidade, com propósitos claros e uma gestão voltada para atingir esses propósitos, e deve haver ainda cooperação e competição entre as empresas do destino. Wilde e Cox (2008) corroboram essa perspectiva ao identificar entre os principais fatores competitivos a capacidade do setor turístico local e das organizações governamentais cooperarem de forma a dotar o destino de sustentabilidade.

Dwyer e Kim (2003) propõem um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos contendo diversas variáveis inicialmente identificadas por Crouch e Ritchie (1999). O modelo de Dwyer e Kim (2003), no entanto, diferencia-se por ter estabelecido um relacionamento mais claro entre as variáveis, além de ter proposto um conjunto de possíveis indicadores para as variáveis estabelecidas no modelo, desenvolvendo uma das limitações encontradas no modelo de Crouch e Ritchie (1999). O modelo de Dwyer e Kim (2003) conta com quatro dimensões: recursos, gestão do destino, condições situacionais e condições de demanda. Tais dimensões contribuiriam direta ou indiretamente para a competitividade do destino, que seria um objetivo intermediário para o resultado final pretendido: a prosperidade socioeconômica.

Na dimensão Gestão do Destino, Dwyer e Kim (2003) distinguem o papel da gestão realizada pelo governo do papel da gestão realizada pela

indústria (trade turístico), e ressaltam a coordenação necessária, não só entre governo e indústria, mas com a própria comunidade, de forma para alcançar e/ou manter a competitividade do destino. São destacados cinco tipos de variáveis preponderantes na dimensão Gestão do Destino. Entre aquelas em que a visão sistêmica (atuação integrada de toda a sociedade) mostra-se mais evidente pode-se citar a Organização da Administração e o Planejamento e Desenvolvimento do Destino. O Quadro 1 demonstra os indicadores associados por Dwyer e Kim (2003) às variáveis relacionadas.

trabalhos internacionais mostram como ela pode se dar de forma cooperada e gerar competitividade para o destino. O Trabalho de Trimarchi (2004) alude ao trabalho cooperado entre governo e empresas para tornar a cidade de Siena na Itália um destino de turismo cultural. Sobre esse mesmo tipo de turismo, André (2004) relatou o uso do planejamento estratégico com participação do poder público, empresas. Mas talvez o caso mais emblemático seja o relatado por Bonet (2004) que descreve a criação de um consórcio público-privado entre a Prefeitura de Barcelona, a Câmara de

Dimensão	Variáveis	Indicadores
Gestão do Destino	Organização da Administração	<ul style="list-style-type: none"> a) Coordenação entre setores; b) Representantes das visões dos setores; c) Elos de comunicação entre os setores; d) Fornecedor de informações; e) Monitoramento e Avaliação do desenvolvimento turístico.
	Políticas, Planejamento e Desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"> a) Visão de Longo Prazo; b) Visão de Futuro; c) Alinhamento com a visão formal da destinação; d) Desenvolvimento Integrado aos Demais Setores da Economia; e) Adequação às necessidades dos visitantes; f) Inventário de atrações; g) Identificação dos Competidores e Produtos h) Apoio da comunidade;

Quadro 1 – Indicadores Competitividade – Dimensão Gestão do Destino

Fonte: Adaptado de Dwyer e Kim (2003) e Costa e Hoffmann (2006).

Os indicadores propostos por Dwyer e Kim (2003) para as variáveis consideradas são de difícil mensuração, sendo sua verificação por meio de técnicas qualitativas a alternativa mais viável. Devido ao corte de análise proposto (políticas públicas federais de desenvolvimento do turismo), alguns dos indicadores ora propostos podem não ser encontrados ao analisar a atuação das organizações componentes do CNT (ex.: apoio da comunidade, inventário das atrações, adequação às necessidades dos visitantes e alinhamento com a visão formal da destinação) por se tratarem de indicadores mais apropriados para o nível de destino, não de país. Ainda assim, os indicadores restantes proporcionam uma perspectiva sobre o comportamento esperado das organizações participantes do CNT.

Ainda sobre a gestão da destinação, alguns

Comércio, Indústria e Navegação e a Fundação de Promoção da cidade. Com isso, eles lograram transformar uma cidade industrial em um dos destinos mais procurados na Europa, a partir das Olimpíadas de 1992, com crescimento de cerca de 8% no número de pernoites ao ano, entre 1990 e 2002.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Conforme destaca Cavalcanti (2006), o CNT tem suas origens em plena ditadura militar e possuía amplas funções deliberativas, porém com representatividade restrita. De uma maneira geral, no cenário pós-redemocratização, os conselhos foram criados para serem canais formais de aproximação do Estado com a sociedade, constituindo-se em instâncias participativas na formulação das políticas públicas, especialmente

em temáticas sociais (CAVALCANTI, 2006).

Em seu formato atual, o CNT é regido pelo Decreto Presidencial nº 6.705, de 19 de dezembro de 2008. Seu regimento foi estabelecido pela Portaria nº 55, de 22 de abril de 2009 e tem entre suas principais atribuições: propor diretrizes, oferecer subsídios e contribuir para a formulação e implementação dos Planos Nacionais de Turismo – PNT; assessorar o Ministro de Estado do Turismo na avaliação do PNT; zelar pela efetiva aplicação da legislação que regula a atividade turística em geral; propor ações que visem o desenvolvimento do turismo interno e o incremento do fluxo de turistas do exterior; propor normas que contribuam para a adequação da legislação turística à defesa do consumidor e ao ordenamento jurídico da atividade turística; manifestar-se sobre questões relacionadas ao turismo.

O CNT é composto por 71 Conselheiros representantes de órgãos públicos, associações de empresas privadas, organizações da sociedade civil e pessoas de notório saber indicadas pela Presidência da República. Cumpre destacar que para as entidades da sociedade civil organizada e associações de empresas privadas a participação é voluntária com os custos da participação arcados diretamente pelas entidades participantes. Há um equilíbrio entre órgãos públicos e associações de empresas privadas no CNT (26 órgãos públicos, 30 associações de empresas privadas), com um menor número de organizações da sociedade civil (10 organizações) não vinculadas a uma atividade econômica específica, além de duas organizações do Sistema S.

A Presidência do CNT é de competência do Ministro de Estado do Turismo. As reuniões do Conselho são realizadas de forma trimestral em caráter ordinário e extraordinariamente se houver convocação de seu Presidente. A partir de cada reunião são lavradas Atas em que constam: data, local e hora de sua realização, nome dos presentes, pauta, resumo e resultado das discussões. As atas são lidas e discutidas na reunião seguinte, quando é facultada aos Conselheiros a apresentação de retificações ao texto proposto. Como forma de organizar os trabalhos do Conselho, é facultada a abertura de Câmaras temáticas para discussão de assuntos específicos. Cada Câmara é composta por quantos Conselheiros desejarem participar. Um Conselheiro fica responsável pela presidência da

Câmara.

Para analisar as relações entre as organizações que compõem o CNT e avaliar sua contribuição para a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, optou-se por um método qualitativo. De forma mais específica procedeu-se uma pesquisa documental no acervo do Ministério do Turismo acerca do Conselho Nacional de Turismo (documentos disponíveis na página: http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/conselho_nacional/). Foram analisadas as atas das reuniões do CNT realizadas entre os anos de 2003 (criação do Ministério do Turismo) e 2010, que totalizaram trinta e uma. Optou-se por não analisar as atas a partir do ano de 2011 por entender se tratar de período atípico em função das mudanças que ocorreram no Governo Federal e na gestão do Ministério de forma específica.

A análise de discurso foi preterida pela análise de conteúdo devido ao fato de que as atas (fonte documental de análise), embora validadas pelas organizações participantes, não necessariamente exprimem o exato contexto em que o discurso foi feito, não raramente restringindo o registro aos principais pontos observados pelo seu redator. Pretendeu-se, assim, a realização de análise de conteúdo dos documentos citados de forma a identificar-se as intervenções dos Conselheiros, enquanto representantes de organizações turísticas nacionais. Os seguintes pontos foram analisados: a) que organizações se mostram mais participantes no Conselho; b) há cooperação e/ou conflito entre as organizações; c) as organizações participantes foram capazes de exprimir suas demandas; d) há uma avaliação crítica do processo de criação e implementação das políticas públicas federais de desenvolvimento do turismo e o monitoramento de seus resultados; e) as discussões e debates no âmbito do CNT contribuem para a geração de uma perspectiva de longo prazo compartilhada; f) quais os temas de maior interesse para as discussões. Por se tratar de uma análise longitudinal, procurou-se ainda: g) analisar os diferentes padrões de comportamento das organizações do CNT ao longo do tempo.

Conforme citado, a unidade de análise foi a intervenção do Conselheiro enquanto representante de uma organização nacional do turismo. Cada intervenção foi categorizada de acordo com a tipologia do Autor da Intervenção,

Teor da Intervenção e Tema abordado.

Para a classificação dos Autores da Intervenção, foram propostas três categorias: Órgãos Públicos, Associações de Empresas Privadas e Organizações e Representantes da Sociedade Civil. Órgãos Públicos são entendidos como órgãos da administração pública direta ou indireta, ou ainda organizações que representem os interesses de órgãos públicos (Fórum de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e Associação Nacional dos Secretários e Dirigentes de Turismo das Capitais e Destinos Indutores). Para os fins do presente trabalho também foram considerados órgãos públicos as organizações do Sistema S presentes no Conselho. Serão classificadas como Associações de Empresas Privadas aquelas organizações representantes de interesses de empresas de um setor do trade turístico, bem como as associações patronais representadas no Conselho. A classificação Organizações da Sociedade Civil abrangerá as organizações não governamentais, associações de classe e demais organizações da sociedade civil presentes no Conselho. Foram também inseridas nessa classificação as pessoas de notório saber indicadas pelo Presidente da República.

O teor das intervenções foi classificado da seguinte forma: favorável, desfavorável, neutro ou ambivalente. Os temas abordados serão classificados em cinco categorias: financiamento, entendido como o financiamento oferecido às entidades privadas do setor turístico; legislação, abrangendo a legislação própria do setor, bem como a legislação correlacionada, além de instrumentos infralegais que tenham a função de regulamentar, tais como decretos, portarias, instruções, entre outros; políticas públicas de turismo, entendidas como as políticas desenvolvidas ou de responsabilidade direta do Ministério do Turismo ou da Embratur; políticas públicas correlatas, entendidas como as políticas públicas desenvolvidas ou de responsabilidade de outros órgãos que não o Ministério do Turismo ou a Embratur; e outros, para as intervenções não classificadas nas categorias anteriores.

O Quadro 2 traz as categorias que orientarão a classificação das intervenções das Organizações do Conselho.

4 RESULTADOS

A partir da leitura e análise das atas das reuniões do Conselho, as intervenções das organizações foram classificadas de acordo com as categorias propostas e foram tabuladas e organizadas em planilha agrupando as intervenções pela reunião em que foram realizadas e pelo ano da realização das reuniões. Tais ações objetivaram facilitar a execução das análises. A seguir serão apresentados os principais achados considerando, em especial, o autor da intervenção e os principais temas abordados.

Conforme esperado, o Ministério do Turismo ocupa um papel central nas discussões do Conselho Nacional de Turismo. Além de presidir e moderar as reuniões, cabe-lhe convocar e pautar as mesmas (conforme estabelecido no Regimento do Conselho), definindo de antemão quais assuntos serão tratados. As Câmaras Temáticas dispõem sempre de um representante do Ministério, de forma a desempenhar o papel de assessoria técnica aos debates ali desenvolvidos. Tais ações pesam de sobremaneira a posição central do Ministério e não contribuem para um livre intercâmbio de ideias e opiniões entre as demais organizações participantes. Vale destacar que algumas organizações representantes de associações de empresas privadas participantes do Conselho buscam apoio junto ao Ministério para a realização de suas atividades. Apesar da existência de críticas e de intervenções desfavoráveis, o apoio financeiro do MTur pode ter o efeito de inibir a atuação das organizações, especialmente no tocante às críticas apresentadas.

As intervenções realizadas pelo Ministério são normalmente expositivas e tratam de resultados institucionais do órgão ou de resultados gerais do setor turístico em âmbito nacional. Em poucas ocasiões o MTur se posiciona no sentido de cobrar uma ação ou de criticar o comportamento das organizações participantes, adotando normalmente

Autor da Intervenção	Teor/ Direção	Temas
i. Órgãos Públicos	i. Favorável	i. Financiamento
ii. Associações Empresas Privadas	ii. Desfavorável	ii. Legislação
iii. Organizações da Sociedade Civil, Associações de Classe e Indicações Presidente da República	iii. Neutro	iii. Políticas Públicas Turismo
	iv. Ambivalente	iv. Políticas Públicas Correlatas
		v. Outros

uma postura neutra. Entre as demais organizações públicas participantes do Conselho, em termos de participação das reuniões, destacam-se os bancos oficiais de fomento (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, Caixa, Banco do Brasil, Banco do Nordeste - BNB e Banco da Amazônia - BASA). Suas intervenções são normalmente descritivas a respeito de seus produtos financeiros e dos resultados em termos de empréstimos realizados para as empresas do setor de turismo.

As Associações de Empresas Privadas são as que apresentam maior diversidade em suas intervenções perpassando descrições a respeito dos resultados organizacionais e análises de conjuntura de seus setores específicos, discursos favoráveis, neutros e desfavoráveis. Os temas desenvolvidos seguem o mesmo padrão de diversidade. As associações de empresas privadas são responsáveis pela maioria das intervenções realizadas nas reuniões do CNT. As Organizações da Sociedade Civil e Entidades de Classe, condizente com a quantidade de representantes, são as que apresentam menor participação. As intervenções das organizações privadas não raramente têm um teor apenas descritivo sobre os resultados atingidos ou sobre a conjuntura de seu setor de atuação, o que denota a existência de comunicação e intercâmbio de informações entre as organizações, condições relatadas por Dwyer e Kim (2003) como necessárias para a competitividade.

Nota-se, a partir do material analisado, a existência de processos de cooperação e articulação entre as diferentes organizações do CNT. É possível identificar processos de cooperação entre órgãos públicos, entre órgãos públicos e privados e também entre órgãos privados. Por se tratar da organização central do CNT, o Ministério do Turismo, conforme já destacado, normalmente presta apoio especialmente às associações privadas. No entanto, além desse apoio, pode-se identificar diferentes situações em que o Ministério do Turismo convoca a atuação dos demais órgãos do Conselho, especialmente os representantes de associações patronais e de setores da economia do turismo, a auxiliar na busca por recursos orçamentários para o MTur junto aos parlamentares. Durante as primeiras reuniões do CNT, pode-se identificar intervenções do MTur em que as diversas organizações do Conselho são

demandadas a se articularem para demonstrar as dimensões e a importância do setor turismo. Mazaro (2007) identifica, entre os indicadores para desenvolvimento da atividade turística, o montante e a regularidade dos orçamentos voltados para essa atividade. Dwyer e Kim (2003) ressaltam a necessidade de um amplo processo de coordenação e apoio entre todas as organizações para se alcançar o desenvolvimento sustentável e a competitividade do destino. Nesse sentido, por muitas vezes cabe à organização responsável pela gestão do destino o papel de assegurar processos de cooperação entre as demais organizações (Dwyer; Kim, 2003).

Embora em quantidade reduzida, nota-se a presença de conflitos de interesses entre entidades. Dos mais recorrentes pode-se identificar o conflito entre as empresas e associações ligadas ao setor hoteleiro e a organização representante dos cruzeiros marítimos no tocante à contribuição dos cruzeiros para o desenvolvimento econômico local. Outro ponto de conflito pode ser identificado quando da solicitação de entrada de novas organizações no CNT, como no caso de solicitação da Confederação Nacional do Comércio – CNC – em função do conflito de competências com a Confederação Nacional de Turismo – CNTur – em vias de criação na época. Apesar da resistência de algumas organizações do Conselho a CNC foi aceita.

Outra situação de conflito identificada foi a relação entre os bancos oficiais de fomento e as associações de empresas privadas sobre as condições para financiamento praticadas. A quinta reunião do CNT (realizada em junho de 2004) foi dedicada quase que exclusivamente ao tema. Nesse caso, a partir das demandas e críticas apresentadas no Conselho e da atuação do Ministério do Turismo foi possível a conciliação entre os interesses de ambas as partes com a proposição de novos produtos financeiros mais adaptados aos interesses e demandas do setor. Dessa forma, o tema financiamento que era extremamente sensível no início da implantação do CNT, embora ainda presente nas reuniões seguintes, foi minorado e tornou-se uma reclamação de caráter mais pontual e restrito a algumas associações privadas.

Ainda no início das atividades do CNT diversas críticas foram feitas, especialmente por parte das associações de empresas privadas, sobre a carga de impostos e tributos incidentes sobre as empresas do setor de turismo. Mais uma vez nessa

situação pode-se notar que a defesa dos interesses do setor foi efetiva, uma vez que obteve resultados positivos a partir das demandas apresentadas no CNT. No caso específico houve a redução da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS – para as empresas do setor. Em ambas as situações pode-se verificar que a atuação conjunta das organizações (públicas e privadas) participantes do Conselho levou a um resultado que contribui diretamente para o aumento da capacidade do setor competir, seja por meio de sua desoneração, seja por meio de melhores condições de financiamento.

Temas relacionados à legislação também se mostraram recorrentes nas discussões do Conselho, com uma grande quantidade de legislações e normas abordadas e um predomínio de intervenções desfavoráveis. Entre as normas mais citadas encontra-se a Lei Geral do Turismo – Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Embora a Lei tenha sido aprovada em 2008, há registros de debates sobre seu conteúdo no CNT desde 2004, inclusive com a formação de consenso entre as associações de empresas do setor de alojamentos e hospedagem. A Lei Geral do Turismo é um marco regulatório do setor e é compreendida pelas organizações do Conselho como um tema central para o desenvolvimento do turismo nacional. Apesar de sua importância, a Lei não foi um ponto de grandes debates ou de conflito de interesses aberto entre as organizações durante as reuniões do Conselho. Por se tratar de tema relativo à legislação, eventualmente os representantes do Conselho com interesses mais diretos sobre o tema talvez tenham optado por buscar influenciá-la diretamente junto ao Poder Legislativo.

Apesar de serem apresentados, a cada reunião realizada, os resultados trimestrais das políticas e programas desenvolvidos pelos Departamentos e Secretarias do Ministério, não há uma crítica ou um debate aprofundado por parte do CNT sobre as políticas públicas desenvolvidas pelo MTur. As análises e críticas são normalmente superficiais e restritas a ações (ex.: Salão do Turismo) ou a políticas específicas (ex.: Escritórios de Promoção Brasileira no Exterior e Turismo Social e Infância). Ao tratar-se de políticas públicas correlatas ao turismo as intervenções normalmente mostram-se desfavoráveis. O setor de transportes (tanto terrestre quanto aéreo) destaca-se como o mais recorrente

pela carência de infraestrutura necessária para a chegada de turistas, especialmente estrangeiros.

No âmbito do próprio CNT pode-se identificar críticas internas (tanto de Conselheiros como de representantes do MTur) à gestão do Conselho. Os principais pontos criticados foram o tamanho do Conselho e a organização dos trabalhos, de forma que nem todas as organizações participantes conseguem se pronunciar e que os debates vêm se tornando superficiais. Percebe-se que não raramente o debate acaba restrito a algumas poucas organizações que não necessariamente representam os interesses da coletividade das organizações participantes do CNT. Embora o Conselho Nacional do Turismo tenha crescido e aumentado sua representatividade por contar com representantes de diversos setores da cadeia produtiva do turismo, criou-se um problema de representatividade, uma vez que a presença de organizações no Conselho não significa necessariamente que seus interesses sejam representados. O resumo dos achados é apresentado no Quadro 3.

Tipo de Relação	Tema	Principais Atores envolvidos
Cooperação	Busca por recursos (emendas parlamentares).	MTur e empresas.
	Redução de impostos (COFINS).	Organizações públicas e privadas.
	Intercâmbio de informações	Organizações públicas e privadas.
Conflito	Oferta de hospedagem.	Cruzeiros e hotéis.
	Financiamento.	Bancos e empresas.
	Político.	CNT e CNC.
Crítica	Atuação/ Gestão do CNT.	Organizações públicas, privadas.
	Políticas Públicas Correlatas ao Turismo.	Organizações privadas.
	Legislação.	Organizações privadas.

Quadro 3 – Resumo dos Conteúdos

A partir dos achados nas atas das Reuniões

do Conselho Nacional de Turismo foi analisada a capacidade do CNT de gerar competitividade dos destinos turísticos nacionais, considerando duas das dimensões presentes no modelo de Dwyer e Kim (2003). Na Dimensão Organização da Administração são encontradas referências positivas para os seguintes indicadores: a) Coordenação entre setores; b) Representantes das visões dos setores; c) Comunicação entre os setores; e d) Fornecedor de informações. No indicador e) Monitoramento e Avaliação, embora haja a apresentação dos resultados por parte do MTur, não se nota uma análise sistemática por parte dos membros do Conselho em relação ao alcance das metas e objetivos estipulados, conforme descrevem Dwyer e Kim (2003).

Na Dimensão Planejamento e Desenvolvimento nenhum dos indicadores propostos encontrou evidências positivas na atuação do CNT descrita nas atas. Nos dois primeiros indicadores a) Visão de Longo Prazo e b) Visão de Futuro, embora haja participação do Conselho nos Documentos Referenciais que orientaram a elaboração dos Planos Nacionais de Turismo 2008 – 2011 e 2012 – 2014, entende-se que tais documentos tiveram sua origem no próprio Ministério, não havendo evidências de que a participação dos membros do Conselho tenha gerado contribuições substantivas à proposta original. Tomando por referência o caso de Barcelona descrito por Bonet (2004), as organizações participantes não se envolveram na elaboração do plano apenas, mas desenvolverem ações cooperativas de desenho de novos produtos para atração de turistas. Para a geração de condições favoráveis à competitividade pressupõe-se um processo participativo mais ativo entre as diferentes organizações na fase de planejamento (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003), com desdobramentos do processo de planejamento central para os planejamentos setoriais de cada uma das organizações (ANDRÉ, 2004). Tais características qualificadoras da participação no processo de planejamento não foram encontradas nos documentos analisados.

O indicador g) Identificação de Competidores, por ser mais aferível para destinos turísticos específicos, foi de difícil operacionalização em um corte geográfico nacional em um país de grandes dimensões e diversidades. De toda forma, não foi possível localizar nas atas e nos debates do

Conselho referências a práticas de outros destinos internacionais caracterizados como competidores. O indicador d) Desenvolvimento Integrado aos demais Setores da Economia não encontrou suporte nos debates do Conselho para sua corroboração ou rejeição. O Quadro 4 destaca os resultados aferidos para os indicadores de competitividade propostos.

Quadro 4 – Resultados Aferidos para os Indicadores de Competitividade

A revisão das contribuições teóricas sobre competitividade e dos principais modelos de competitividade de destinos turísticos aponta no sentido de que a cooperação e a gestão compartilhada entre organizações públicas e privadas são fatores capazes de influenciar a competitividade turística. Embora o CNT institucionalmente ocupe uma posição privilegiada na formulação e acompanhamento das políticas públicas de turismo e seja um espaço para a gestão compartilhada do turismo brasileiro, a análise de suas atividades, seguindo os indicadores propostos por Dwyer e Kim (2003) para a gestão do destino, demonstra pontos positivos, porém ainda com aspectos que necessitam ser desenvolvidos para que o CNT possa contribuir de forma mais abrangente para a competitividade dos destinos turísticos brasileiros.

Ao analisar a atuação do CNT em uma perspectiva longitudinal, nota-se a redução da participação das organizações do Conselho, especialmente com intervenções críticas, entre o primeiro (2003 a 2006) e o segundo (2007 a 2010) quadriênios analisados. Nos anos de eleições federais (2006 e 2010) há uma diminuição ainda mais drástica nas intervenções. A diminuição da participação é acompanhada por uma aparente involução nos trabalhos do Conselho Nacional de Turismo com a redução de comportamentos entendidos como positivos. A apresentação de demandas, a cooperação entre as organizações participantes e a defesa de interesses coletivos encontram-se mais presentes nas primeiras reuniões do CNT e se tornam mais escassas em reuniões mais recentes. A Figura 1 apresenta tipo de relacionamento predominante nas discussões do CNT em suas reuniões.

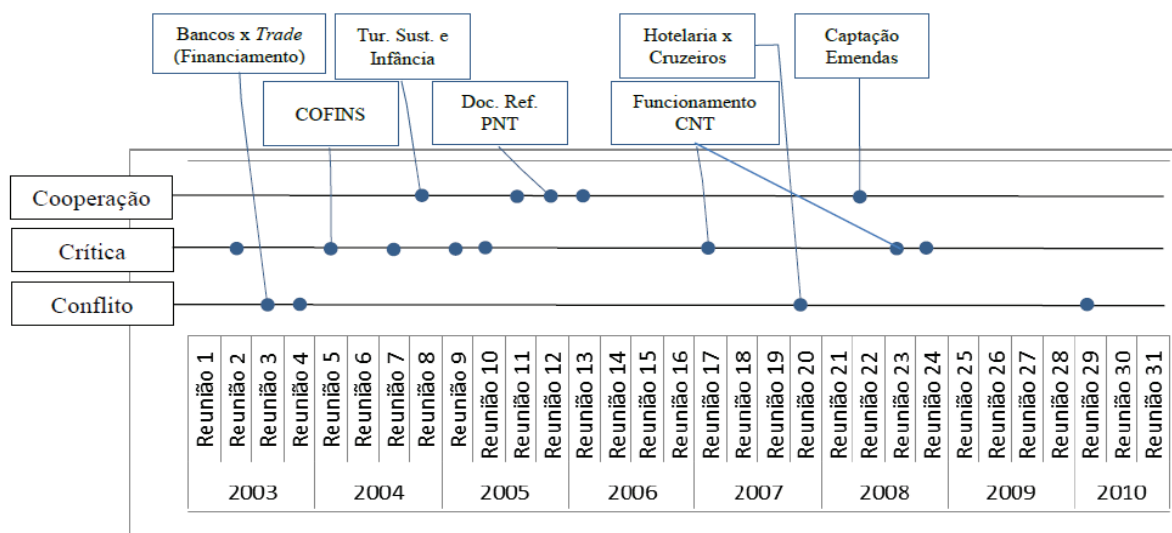


Figura 1 – Teor das Discussões nas Reuniões do CNT

Alguns fatores podem ser apontados como explicativos para essa situação. O primeiro relaciona-se às mudanças na gestão do Ministério com a substituição de ministros (entre 2007 e 2011 três ministros ocuparam a pasta). Outro fator de influência identificado foi a alteração no Regimento Interno do Conselho que supostamente migrou os debates para as Câmaras Temáticas. Ainda que se considere que o primeiro quadriênio coincida com a criação do Ministério e possa se associar a quantidade de participações e de críticas à incipiência das atividades, era de se esperar que, com a maturação dos trabalhos do Ministério, houvesse um aprofundamento e uma maior crítica aos trabalhos desenvolvidos.

As mudanças no Ministério, organização central na gestão do Conselho, e na estrutura do Conselho podem ter ocasionando a desmobilização das demais organizações participantes. Dwyer e Kim (2003) destacam o papel do governo na manutenção da competitividade, ressaltando, entre outros aspectos, a necessidade de coordenação entre as diferentes organizações públicas e privadas para a gestão do destino turístico e o envolvimento de todos os stakeholders para a tomada de decisões. Esser et al. (1996), ao analisar a competitividade no nível meso, destacam que as organizações governamentais devem atuar no sentido de fomentar a cooperação entre as demais. Ou seja, nos dois modelos com características sistêmicas evidencia-se a necessidade do papel de coordenação por parte do governo. Assim sendo, as mudanças ocorridas na estrutura

do Ministério do Turismo, tendo por agravante ser uma organização relativamente nova e ainda pouco institucionalizada, podem ter influenciado a continuidade dos trabalhos do Conselho.

Outro ponto a ser destacado é o apoio financeiro, via recursos de convênios, prestado pelo Ministério às organizações do CNT. Embora analisem os relacionamentos em redes de empresas, Castro, Bulgacov e Hoffmann (2011) ressaltam que a falta de resultados em uma rede pode estar relacionada à pouca cooperação e ao predomínio da competição entre as organizações participantes. Uma vez que os recursos financeiros a sua disposição são escassos, ao iniciar uma política de apoio financeiro às organizações do Conselho, o Ministério do Turismo pode ter fomentado a competição entre as organizações por apoio e a consequente redução de sua propensão a cooperar. Esse processo parece ser autofágico, onde quanto mais presente no CNT, mais possibilidade de disputar os recursos, e então o interesse privado pode se sobressair ao coletivo, principalmente quando esse último estiver minorado, como ressaltaram Castro, Bulgacov e Hoffmann (2011).

5 CONCLUSÃO

A análise da atuação e das relações entre as organizações a partir das atas das reuniões do Conselho Nacional de Turismo permite inferir que a atuação do CNT tem potencial para contribuir de forma positiva para a competitividade do turismo nacional. No que tange à variável organização da administração as atuações do CNT demonstram

estar em conformidade com as características descritas no modelo de Dwyer e Kim (2003) com exceção do indicador monitoramento e avaliação, onde a atuação do Conselho deveria ser mais sistemática. A variável planejamento e desenvolvimento, por sua vez, não encontra, na atuação do CNT descrita nas atas de suas reuniões, indícios que corroborem uma avaliação positiva para os indicadores propostos por Dwyer e Kim (2003).

As diferentes organizações do Conselho demonstraram, especialmente nos primeiros anos de atuação do CNT, capacidade de coordenação, de articulação, de defesa de seus interesses, de se comunicarem e se mobilizarem. Tais características, no entanto, vêm perdendo força e não vêm contribuindo para a formação de uma visão compartilhada de longo prazo ou de desenvolvimento integrado junto a outros setores. Uma conclusão que se deriva é que essas relações podem se deteriorar ao longo do tempo. Franco (2007), ao falar de cooperação empresarial, situa que ela vai de uma fase chamada de intencional até uma fase estratégica. A impressão que se tem é que ela vai se ampliando ao longo do tempo. No entanto, como apontado por Castro, Bulgacov e Hoffmann (2011) a falta de resultados impacta negativamente na cooperação. Talvez seja isso o que ocorre no MTur, no princípio foram encontrados mais resultados do que na etapa final da análise.

Conforme ressaltado por Dwyer e Kim (2003) o governo desempenha diversos papéis para o desenvolvimento e a competitividade de um destino, entre eles o de coordenação das organizações públicas e privadas para a gestão do destino turístico e o envolvimento de todos os stakeholders para a tomada de decisões. As mudanças na gestão do Ministério podem ter influenciado a confiança das organizações participantes nos trabalhos desenvolvidos. De forma complementar, a política de apoio às organizações participantes do Conselho Nacional de Turismo com recursos de convênios desenvolvida pelo MTur pode ter causado um aumento na competição entre as organizações e a redução da propensão à cooperar. A redução da confiança entre as organizações e o aumento da competitividade entre as mesmas teria influência direta sobre a capacidade do Conselho em cooperar, compartilhar informações e desenvolver uma visão de futuro conjunta, como destacam Castro,

Bulgacov e Hoffmann (2011).

Os resultados ora apresentados não devem ser entendidos como definitivos, mas como um primeiro passo para o estudo do CNT enquanto instituição capaz de orientar a elaboração de políticas públicas e defender os interesses do trade turístico nacional. Entre as limitações do estudo podem-se destacar o contexto em que as relações são descritas nas atas das Reuniões e a ausência da análise de outras fontes documentais. Espera-se que as interações entre as organizações não sejam restritas às reuniões do Conselho. Embora as atas do Conselho sejam uma importante fonte de informações, o presente estudo pode ser complementado a partir de outras técnicas de pesquisa tanto qualitativas quanto quantitativas. Os diferentes métodos propostos possibilitariam diferentes fontes de evidência, de forma a proporcionar uma análise triangular, visando ampliar e aprofundar os conhecimentos a respeito do fenômeno estudado (YIN, 2010). Sugere-se, dessa forma, a realização de entrevistas e a aplicação de questionários junto aos conselheiros a respeito da atuação do Conselho e do relacionamento existente entre as diferentes organizações. De forma complementar sugere-se ainda o estudo sobre a influência do Poder Legislativo sobre a formação de políticas públicas de turismo, uma vez que se trata de uma área de interseção com a atuação do Conselho.

REFERÊNCIAS:

- ANDRÉ, M. Políticas Locales de Dinamización Turística y Grandes Atractivos Culturales: El Caso de Figueras. In: Sentias, Josep F. *Casos de Turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004.
- BARNEY, J.B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, v. 17, p. 99-120, 1991.
- BONET, L. La estrategia de Turismo de Barcelona, un consorcio público-privado de éxito. In: Sentias, Josep F. *Casos de Turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004.
- BRASIL, Presidência da República. *Decreto Presidencial* n° 6.705, de 19 de dezembro de 2008.

- Diário Oficial da União. Poder Executivo. Brasília, 2008.
- BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, n° 21, p. 97 – 116, 2000.
- CASTRILLÓN, I.D.; CANTO, A.G.; CANTORNA, A.S.; CERRADELO, L.B. Análisis de los Principales Modelos Explicativos de la Competitividad de los Destinos Turísticos en el Marco de la Sustentabilidad. *Revista Cultura e Turismo*, ano 05, n° 02, 2011.
- CASTRO, M.; BULGACOV, S.; HOFFMANN, V.E. Relacionamentos Interorganizacionais e Resultados: Estudo em uma Rede de Cooperação Horizontal da Região Central do Paraná. *Revista de Administração Contemporânea - RAC*, Curitiba, v. 15, n° 1, 2011.
- CAVALCANTI, P. A. B. *Um Olhar Crítico sobre o Conselho Nacional de Turismo*. São Paulo. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) Fundação Getúlio Vargas, 2006.
- COSTA, H.A.; HOFFMANN, V.E. Competitividade de destinações turísticas: elementos e indicadores aplicados no estudo da administração turística de Balneário Camboriú – SC – Brasil. *Turismo em Análise*, v.17, n. 2, p. 113-134, 2006.
- COYNEY, K.P. Sustainable competitive advantage: What It Is, What it Isn't. *Business Horizons*, 1986.
- CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, vol. 44, n. 3, p. 137–152, 1999.
- Dwyer, I.; Kim, C.. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, v.6, n.5, 2003.
- ESSER, K.; HILLEBRAND, W.; MESSNER, D.; MEYER-STAMER, J. Competitividade Sistêmica: Nuevo Desafío a las Empresas y a la Política. *Revista de la Cepal*, n. 59, p. 39-52, 1996.
- FRANCO, M. J. B. Tipologia de Processos de Cooperação Empresarial: uma Investigação Empírica sobre o Caso Português. *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 11, Número 03, 2007.
- FURRER, O.; THOMAS, H.; GOUSSEVSKAIA, A. The structure and evolution of the strategic management field: a content analysis of 26 years of strategic management research. *International Journal of Management Reviews*, v. 10. n. 1, p. 1-23, 2008.
- GRANT, R. M. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, p.114-135, 1991.
- GONZÁLEZ, M. B.; RUIZ, D. F. La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: del enfoque Macroeconómico al enfoque Estratégico. *Cuadernos de Turismo*, n° 17, p. 7-24, Universidad de Murcia, 2006.
- HASSAN, S. S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, Vol. 38, p. 239-245, 2000.
- HOFFMAN, N. P. An examination of the “Sustainable competitive advantage” concept: past, present, and future. *Academy of Marketing Science Review*, n. 4, p. 1-16, 2000.
- HOFFMANN, V. E.; COSTA, H. A.; BATAGLIA, W. Systemic Competitiveness in Tourism. In: EURAM - *European Academy of Management*, Roma, Anais do EURAM, 2010.
- MAZARO, R. M. La Sustentable Levedad del Visitar: modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos. *Turismo - Visão e Ação* - vol. 9 - n.3, p. 325-339, 2007.
- MEYER-STAMER, J. Estratégias de Desenvolvimento Local e Regional: Cluster, Política de Localização e Competitividade Sistêmica. Friedrich Ebert Stiftung, *Policy Paper*, n. 28, 2001.
- MIKI, A.F.C.; GÂNDARA, J.M.G.; MEDINA-

- MUÑOZ, D.R. O Estado Atual das Pesquisas Sobre Competitividade Turística no Brasil. *VIII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Balneário Camboriú – SC, Anais VIII ANPTUR, 2011.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. *Atas da 1ª à 32ª Reunião do Conselho Nacional de Turismo*. Brasília. (disponível em www.turismo.gov.br, acesso em 28 de novembro de 2011).
- _____. *Portaria nº 55, de 22 de abril de 2009*. Diário Oficial da União. Poder Executivo. Brasília, 2009.
- _____. *Plano Nacional de Turismo 2003 - 2007*. Brasília: 2003.
- PORTER, M. *Estratégia Competitiva*. São Paulo: Campus, Capítulos 1 e 20, 1986.
- RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. A Model of Destination Competitiveness/ Sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública – RAP*, Rio de Janeiro, 44(5), pp. 1049-66, 2010.
- RIVERO, M. S.; CALDERA, M. A. F. La Competitividad de los Destinos Turísticos: un Análisis Cuantitativo Mediante Modelos Logísticos. Aplicación a los Municipios Extremeños. *I Jornadas de Economía del Turismo*. Palma de Mallorca, p. 1-21, 2004.
- TRIMARCHI, M. Distritos culturales y desarrollo económico del territorio: la experiencia de los museos de Siena. In: Sentias, Josep F. *Casos de Turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004.
- VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, A. B. Vantagem Competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, n. 4, 2000.
- WILDE, S. J.; COX, C. Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination. *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference*, Helsinki, p. 467-478, 2008.
- YIN, R. K. *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. Porto Alegre, Bookman, 2010.
- Recebido em 06 de março de 2013.
Aprovado, em sua versão final, em 26 de março de 2013.*

Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista - SP¹

Alisson Perantoni²

Letícia Aparecida Viterbo Silva³

Fabiane Nagabe⁴

Resumo:

O objetivo deste trabalho é expor a experiência do projeto Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística (LEPCOT) no manuseio de ferramentas utilizadas como parte do diagnóstico turístico. Foi priorizado o uso de técnicas de inventariação turística já existentes, propostas pelo Ministério do Turismo em 2006. Sua utilização estimulou o interesse dos acadêmicos de turismo pelo campo do planejamento, bem como facilitou a compreensão dos mesmos quanto à importância do uso desta ferramenta e de sua complexidade de aplicação, desmistificando a ideia de simples coleta de dados. O trabalho com os discentes foi 20% teórico-prático e 80% prático, colocando-os diante das decisões, organização e gestão do processo de inventariação. Durante o período de uso das ferramentas selecionadas, os alunos foram monitorados quanto às dúvidas e dificuldades da metodologia empregada. Estes resultados foram reveladores de dificuldades já conhecidas e outras novas das quais o trabalho tratará.

Palavras-chave: Inventariação Turística. Pesquisa. UNESP.

TOURISTIC INVENTORY: ACADEMIC EXPERIENCES WITH METHODOLOGIES AND PRACTICES IN THE TOURISM PLANNING IN PONTAL PAULISTA – SP

Abstract:

This paper aims to present the experience of the project “Laboratory of Study and Planning for The Touristic’s Offer Consolidation (Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística) (LEPCOT), in dealing with tools used as part of the tourism diagnosis. It was prioritized the use of well-known techniques for the already existing tourist offer inventory, all of them proposed by the Ministry of Tourism in 2006. Its utilization has stimulated the interest of the tourism academic students for the planning area and also simplified the understanding of the importance and complexity of this tool, demystifying that is not just about collecting data. The work with the students was divided in 20% theoretical-practical and 80% practical, putting them under the decision taking situations, organization and management of the tourist offer inventoriating process. During the use of the proposed tools, the students were assisted about doubts and difficulties of the methodology. The results showed troubles already known and other new ones of which this work will therefore mention.

Keywords: Tourist inventory. Research. UNESP.

¹ Esta pesquisa conta com o apoio e financiamento da PROEX – Pró-Reitoria de Extensão da UNESP.

² Graduando do curso de Turismo, da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. E-mail: aliperantoni@gmail.com

³ Graduanda do curso de Turismo, da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. E-mail: leticiaviterbo@gmail.com

⁴ Bacharel em Turismo, mestre em História, professora da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, no Curso de turismo, coordenadora do projeto PROEX ID13780/2012, intitulado: “Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística (LEPCOT)”.

INVENTARIO TURÍSTICO: EXPERIENCIAS ACADÉMICAS CON METODOLOGÍAS Y PRÁCTICAS EN LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO EN PONTAL PAULISTA - SP

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es el diseño de experiencias de laboratorio y estudios de planificación para la consolidación de la oferta turística (LEPCOT) en el manejo de herramientas que se utilizan como parte de lo diagnóstico turístico. Se priorizó el uso de técnicas de inventariación turística existente, propuesta por el Ministerio de Turismo en 2006. Su uso se ha estimulado el interés de los estudiantes en el campo de la planificación del turismo, así como la facilitación de la comprensión de los mismos en cuanto a la importancia de la utilización de esta herramienta y su complejidad de la aplicación, desmitificando la idea de la recopilación de datos simple. El trabajo con los estudiantes fue del 20% teórico y 80% práctico y cómodo, poniéndolos delante de situaciones de decisión, organización y gestión del proceso de inventario. Durante el período de uso de las herramientas de selección, los estudiantes fueron controlados sobre las dudas y dificultades de la metodología empleada. Estos resultados ponen de manifiesto las dificultades que ya eran conocidos y otros nuevos que se ocupan de la obra.

Palabras clave: Inventario turístico. Investigación. UNESP.

1 INTRODUÇÃO

O Estado de São Paulo atualmente detém parte dos principais núcleos emissores de turistas do país, e incentivar a viagem dentro de seu próprio território exige uma organização da oferta turística, a fim de motivar essa demanda a conhecer suas potencialidades. Contraditoriamente, ainda há muitos municípios paulistas interioranos que não conseguiram planejar o uso adequado de suas potencialidades turísticas. Por vezes, faltam informações adequadas para aqueles que querem planejar, organizar e investir no turismo ou somente visitar as extremidades do Estado.

O município de Rosana, localizado no Pontal Paulista, região de fronteira com o Paraná e Mato

Grosso do Sul é um exemplo de localidade cujo expressivo potencial turístico precisa ser identificado e sistematizado.

Diante desta realidade e da necessidade didática de formar bacharéis em turismo preparados para utilizar as ferramentas diagnósticas da realidade turística, foi montado o Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística (LEPCOT), cujo objetivo é coletar, armazenar e disponibilizar dados a respeito do turismo nesta região. Este laboratório também atende aos parâmetros estabelecidos pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Bacharelado em Turismo, no que tange à necessidade de Conteúdos Teóricos Práticos, fortalecendo o curso de Turismo da UNESP.

Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo geral expor a experiência do projeto LEPCOT, no manuseio de ferramentas utilizadas como parte do diagnóstico turístico. Este projeto teve início em março de 2012, e priorizou o uso de técnicas de inventariação turísticas já existentes, propostas pelo Ministério do Turismo em 2006. A escolha desta metodologia se deu, pois, durante a formatação do projeto em 2011, quando ainda vigoravam esses instrumentos. Sabe-se que, atualmente, está disponível a ferramenta de inventariação turística modificada produzida pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Divulgada em julho de 2011, esta ainda não havia sido disponibilizada para utilização até o período de formatação do projeto, sendo utilizadas apenas nos anos posteriores.

Dentre as práticas discentes realizadas desde o início do projeto estão: capacitação dos estudantes envolvidos, passando por leitura do material disponibilizado pelo Ministério do Turismo (2006), exposição do método de utilização do material, aplicação de fichas-teste e procedimento de sensibilização dos moradores locais quanto à realização da atividade, todos anteriores à sua execução. Importa destacar que o projeto contemplava um total de 28 alunos envolvidos, sendo três deles bolsistas do próprio projeto.

As dificuldades encontradas foram coletadas pelos alunos bolsistas durante o desenvolvimento da atividade. Tais dificuldades foram elencadas e, posteriormente, destacadas aquelas mais expressivas, a fim de produzir sugestões de mudanças que melhor se aplicassem às demandas de municípios

do mesmo porte em relação àquele estudado.

Para expor a experiência registrada pelo LEPCOT, este artigo foi organizado priorizando as bases teóricas utilizadas como alicerce às práticas de planejamento do turismo, seguido de uma breve contextualização da inserção das práticas de inventariação turística no país, bem como o registro dos resultados e a reflexão em torno dos caminhos propostos para um futuro próximo.

2 OLHARES COMPARTILHADOS A RESPEITO DO PLANEJAMENTO DO TURISMO

O turismo é uma atividade considerada complexa que sobrepõe vários setores da sociedade e da economia. Dessa forma, sua expansão desordenada pode provocar efeitos inesperados e indesejados como salientam inúmeros estudos. A necessidade do entendimento do turismo enquanto aporte para o desenvolvimento social sustentável, valorização das memórias e das identidades locais, nos leva ao indicativo da importância do planejamento realizado a partir de diagnósticos consistentes.

Para planejar o turismo é necessário pensar no que se quer atingir no futuro, cuidar para que as tarefas propostas sejam efetivas, bem realizadas e os objetivos atingidos. Assim, planejar o turismo “[...] é ordenar as ações e dar prioridades a elas, é permitir mapear dificuldades e escolher caminhos alternativos” (PETROCHI, 1998, p.18). Tais ações podem variar de país para país e de região para região, de acordo com os níveis de complexidade dessas áreas e da vontade do poder público e dos moradores locais.

Bissoli (1999, p. 34) afirma que o planejamento turístico:

[...] é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes com os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.

Para isso, a proposta do planejamento é melhorar os núcleos turísticos, com espaços urbanos bem cuidados, pessoas hospitaleiras, capacitadas a prestar serviços de qualidade e com eficiente estrutura de comercialização de seus produtos turísticos. Para a organização de núcleos desta natureza, propostas de planejamento são elaboradas por diferentes autores. Nelas comumente constam as etapas de: inventariação turística (coleta de dados), diagnóstico turístico (análise de dados), plano de ação (objetivos, metas, estratégias e diretrizes) e o controle e gerenciamento (avaliação).

Cada uma das etapas elencadas pode ser desenvolvida a partir de variadas ferramentas. Torna-se importante a escolha correta de instrumentos que facilitem e ajudem o processo, garantindo racionalidade, confiabilidade e velocidade nas implementações e decisões que serão tomadas durante o mesmo.

No Brasil, apesar do expressivo crescimento das demandas e fluxos turísticos, algumas autoridades insistem em tratar o planejamento turístico com amadorismo ou com vistas unicamente aos seus interesses políticos. Trigo (apud LOHMANN; NETTO, 2008) salienta que a situação no Brasil é, no mínimo, desconfortável. Para o autor:

[...] as causas não são difíceis de encontrar: estrutura urbana precária, violência no trânsito, violência urbana, miséria explícita nas ruas, tráfico de drogas, violência policial e farta propaganda de tudo isso na imprensa internacional. O turismo está ligado às saúdes econômica, social e política do país.

No caso do município de Rosana, todos os problemas registrados por Trigo também se fazem presentes. Todavia, o turismo, mesmo afetado pela conjuntura do lugar, tem atingido posição de destaque diante do incessante fluxo de visitantes que chegam à localidade.

Apesar da constante demanda nos períodos de verão e de pesca⁵, esses números nunca foram quantificados, assim como não se tem também nenhum registro de inventário turístico do município. Diante da necessidade de gerir e ordenar o turismo de Rosana, o escolhemos para iniciar as atividades do LEPCOT.

⁵ Rosana localiza-se entre dois grandes rios, o Rio Paraná e Rio Paranapanema.

Considerando que o planejamento é uma estratégia e um instrumento valioso para orientar o sistema de turismo e que, para iniciá-lo, é imprescindível a realização de um bom diagnóstico da realidade envolvida, optou-se por, primeiramente, realizar-se a inventariação turística do lugar.

A organização de um inventário turístico pressupõe o levantamento, a sistematização e a análise de dados relativos aos atrativos turísticos, aos serviços e aos equipamentos turísticos, à infraestrutura de apoio, bem como à base de informações.

A definição de Bissoli remete à ideia de que o Inventário da Oferta Turística é apenas uma etapa do planejamento, que, posteriormente, ditará o modo de agir dos órgãos competentes pelo turismo no local, traçando metas, objetivos, programas e projetos a serem alcançadas, e estabelecendo uma ordem hierárquica entre eles. Já na definição do Ministério do Turismo, a Inventariação Turística compreende somente o levantamento dos dados para servir como base para o planejamento e a realização da atividade turística, método este pouco embasado para que se estabeleça um planejamento completo e responsável.

Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 8):

A inventariação da Oferta Turística compreende levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, serviços e

equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística.

Entendemos que ao ato de inventariação compete não somente o levantamento, mas também o registro e conhecimento dos dados levantados, quantificando-os para atingir metas previamente estabelecidas, definindo as prioridades e as ações que deverão ser tomadas inicialmente.

3 UM BREVE HISTÓRICO A RESPEITO DA INVENTARIAÇÃO TURÍSTICA NO BRASIL

O século XX é o marco do processo de inventariação turística no Brasil, segundo o

Ministério do Turismo (2006, p.9), pois é nesse período que o país recebe seu primeiro mapeamento turístico. Baseado em experiências internacionais, este primeiro processo é resultante de um acordo entre cooperativas do governo brasileiro com o governo norte americano.

Já em meados dos anos 1980, a EMBRATUR foca seus olhares no espaço turístico nacional a fim de identificá-lo, o que leva o instituto a estudar metodologias para elaborar ferramentas a fim de produzir um inventário turístico do país. No decorrer dos anos de 1980, 1984 e 1992, esta metodologia é utilizada, culminando em um documento denominado: “Inventário da Oferta Turística”.

Com a implantação do Programa Nacional da Municipalização do Turismo – PNMT⁶, na década de 1990, há a inserção de novas propostas para a inventariação no cenário do planejamento do turismo brasileiro, sob a perspectiva de que o turismo é “movimento da economia” (EMBRATUR, 2001, p. 26). Mais de dez anos depois, em 2001, a EMBRATUR, continua a estimular os municípios brasileiros a realizarem a inventariação, com vistas à descoberta de suas potencialidades turísticas, como parte do processo de desenvolvimento municipal do turismo. Contudo, documentos das oficinas do PMNT, indicam em seu “Módulo B: diagnóstico do município” a necessidade de realização de pesquisa e a análise da situação do município, sem citar o termo inventário turístico.

Para a pesquisa e a coleta de informações da situação do município, o material do PNMT indica o uso de diferentes técnicas de coletas de dados, como, por exemplo, o estudo por meio de entrevistas pessoais, questionários, jornais, anuários

⁶ No Brasil, um dos primeiros incentivos federais ao desenvolvimento turístico regional veio do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), criado em março de 1994, pela então Secretaria Nacional de Serviços, mediante a Portaria n° 130, de 30 de dezembro de 1994, e coordenado pela EMBRATUR durante o governo de Fernando Henrique Cardoso. Este Plano foi criado sob as instruções da Organização Mundial de Turismo, com auxílio do Centro Mundial de Pesquisa e Educação para o Turismo da Universidade de Calgary, do Canadá (EMBRATUR, 2001). Entre suas metas principais, estava a descentralização do poder decisório sobre a atividade turística, estabelecendo estratégias locais com a participação dos municípios no processo. Foi uma tentativa de desenvolver o turismo nos estados brasileiros por meio de sua municipalização, incentivando as ações de base municipal.

estatísticos, revistas, vídeos, filmes, observação direta, amostragem, experiências e pesquisa em arquivos e em entidades ligadas diretamente ou indiretamente ao turismo. Ainda assim, sabe-se que o estímulo à realização da inventariação aconteceu, inclusive com a ocorrência de oficinas para transferir conhecimentos das técnicas envolvidas a multiplicadores. Esses repasses metodológicos envolveram gestores municipais, instituições de ensino superior, instituições representativas de classe e interessados em desenvolver o turismo em seus municípios.

Mais dois anos se passaram e, em 2003, com a criação do Ministério do Turismo, pelo então presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva⁷, opta-se pela revisão das estratégias de inventariação da oferta turística. Uma das fragilidades levantadas foi a ausência de padronização na apresentação dos resultados e na forma de divulgá-los. Segundo o Ministério do Turismo (2006, p. 9) não existia nem mesmo “[...] um instrumento de pesquisa eficiente para a coleta de dados”.

As lacunas observadas levaram o então Ministério do Turismo a convidar um grupo de professores e pesquisadores de diferentes regiões do país para montar um modelo de inventariação que pudesse ser aplicado em todo o território nacional. Os instrumentos de pesquisa e a conceituação das terminologias utilizadas foram alterados, e a sua nova versão foi testada no Rio Grande do Sul, por meio do Projeto-Piloto Inventário da Oferta Turística (Ministério do Turismo, 2006).

A ferramenta gestada no governo de Lula foi utilizada por muitos municípios brasileiros, que, diante de suas peculiaridades, diferenças demográficas e espaciais, de recursos humanos e variedades de formas, reconheceram a validade da metodologia, mas também apresentaram inúmeras ocorrências de falhas.

⁷ Até o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, que se iniciou no ano de 2003 e se estende por dois mandatos consecutivos, o turismo não possuía um ministério próprio. As ações políticas para o desenvolvimento e a organização do turismo no país se encontravam inseridas em pastas das mais diversas áreas, como o Ministério de Indústria, Comércio e Turismo e o Ministério do Esporte e Turismo, e desses ministérios que partiam então, as ações para o turismo, nunca de forma prioritária, tal como frisamos. Foi durante a gestão de Luiz Inácio Lula da Silva que foi criado o Ministério do Turismo, desmembrando-o do Ministério do Esporte e Turismo, em 1º de janeiro de 2003.

Em julho de 2011, o Ministério do Turismo, juntamente com a Universidade Estadual de Santa Cruz (Uesc), anunciou a criação e a aplicação de uma nova metodologia de inventariação turística com indicadores de sustentabilidade. O projeto coordenado por Marco Aurélio Ávila, professor da UESC, inovou incluindo no processo de coleta das informações a utilização de equipamentos eletrônicos e recursos tecnológicos, como forma de diminuir o tempo e aumentar a precisão da pesquisa. Para elaboração da nova metodologia, a universidade anunciou que houve contribuições de lideranças comunitárias por meio de *workshops* e reuniões. A nova metodologia promete ser mais democrática por meio da disponibilização mais rápida das informações coletadas, contribuindo para a comercialização de serviços e produtos turísticos.

4 UM POUCO DO LABORATÓRIO DE ESTUDOS E PLANEJAMENTO PARA CONSOLIDAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

O projeto LEPCOT tem como princípio contribuir para a formação acadêmica e profissional dos discentes vinculados à iniciativa. Um de seus principais objetivos é incitar o processo de planejamento nos discentes como forma de contribuir para sua formação acadêmica e profissional, por meio do envolvimento com projetos de pesquisa e extensão relacionados ao planejamento turístico.

A previsão é que o projeto beneficie diretamente 30 acadêmicos e, indiretamente, a longo prazo, mais de 20.000 pessoas, entre pesquisadores que estudam a região e os moradores do município de Rosana.

O LEPCOT pretende ser um instrumento didático-pedagógico para a inserção do aluno na realidade de seu campo de atuação, antecipando a realidade profissional, a fim de facilitar o ingresso no mercado de trabalho, por meio do desenvolvimento de um espírito crítico-analítico. Além disso, proporciona aos discentes do curso de Turismo da UNESP o contato com a realidade local e regional dos municípios de Rosana e entorno. Possibilita, também, a oportunidade de diagnosticar e de propor ações frente a essa realidade, e de gerar um banco de dados e informações sobre ela, com possibilidade de sistematização e análise para publicação em meios acadêmicos.

4.1 APLICAÇÃO DE INVENTÁRIO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE ROSANA-SP

O processo de inventariação no município de Rosana se deu a partir do levantamento de sua área e subsequente divisão da mesma em cinco partes, para facilitar a atuação no campo de abrangência e a dinamização do tempo de aplicação do método no local. Contudo, antes houve uma divisão dos envolvidos em grupos gerenciados pelos bolsistas do projeto cujas atribuições eram: escolha das áreas pelos grupos, de acordo com o número de integrantes; levantamento dos locais a serem inventariados; descrição dos métodos de sensibilização que poderiam ser adotados. Todos os alunos participantes das atividades encontravam-se vinculados à disciplina de Planejamento e Organização do Turismo II.

Após a divisão das áreas do município iniciou-se o processo de capacitação dos alunos, por meio da leitura e interpretação do material disponibilizado, bem como aulas expositivas dialogadas. Assim como nas pesquisas de gabinete, os alunos realizaram o levantamento prévio de dados do município para facilitar a compreensão da área de pesquisa. Estes dados prévios, posteriormente, foram utilizados para o preenchimento das fichas de coleta de dados e para a realização de uma contagem prévia de quantos itens deveriam ser inventariados.

Este levantamento prévio foi sistematizado pelos bolsistas do LEPCOT, que o projetou em uma representação cartográfica do município. Esta distribuição espacial permitiu observar a concentração de itens a inventariar por região do município, o que levou a uma nova subdivisão das equipes de trabalho a partir do zoneamento realizado.

O zoneamento foi realizado subdividindo-se os bairros da cidade em cinco áreas, cada uma correspondente a um grupo de atuação, ficando responsáveis por áreas urbanas os grupos que atuaram nas áreas mais próximas a elas.

A partir dos dados coletados o LEPCOT realizou uma projeção em plantas cartográficas identificando os lugares empíricos de trabalho. Definidos os locais a serem inventariados, cada aluno escolheu um tipo de estabelecimento mais recorrente em sua área para testar sua respectiva ficha de avaliação. O teste aconteceu em localidades diferentes do que deveria ser inventariado, para não

saturar o comércio e os moradores locais. A intenção foi o de realizar uma identificação prévia de dúvidas e dificuldades que poderiam ocorrer em campo e saná-las antes da coleta real.

O contato com a prefeitura de Rosana foi fundamental para firmar a parceria que garantiu a sessão de informações a respeito do município e a gestão de suas áreas públicas. Foi a Secretaria de Turismo e Cultura, por meio de seu secretário, que viabilizou a sensibilização dos moradores locais quanto à importância da atividade. Toda a cidade foi informada do acontecimento uma semana antes do seu início e durante sua execução.

Para um melhor manejo das atividades as fichas foram previamente preenchidas a lápis e depois aplicadas no município. Após a confirmação dos dados, as fichas passaram a serem preenchida à caneta. Foi esse processo que possibilitou o reconhecimento de cada uma das fichas pelos envolvidos.

Por meio das fichas preenchidas foi iniciada a tabulação dos dados, bem como a identificação das dificuldades enfrentadas durante o processo e das características do município, e foi possível perceber a necessidade de um método que melhor se adeque às peculiaridades de municípios interioranos de pequeno porte.

4.2 DIFICULDADES LEVANTADAS

Das dificuldades levantadas pelos envolvidos na aplicação da ferramenta de inventariação, vislumbram-se os itens decorrentes a partir dos módulos apresentados pelo material do Ministério do Turismo, descrevendo, assim, as mais evidentes entre os alunos.

Módulo A (Infraestrutura de Apoio ao Turismo):

- ▮ Ficha A6 (Sistemas Educacionais): Ausência da opção creche, sendo esta a primeira instituição de ensino onde muitas crianças passam o dia, além de instalações educacionais de caráter social, como levantado no município o exemplo do Projeto Criança Cidadã.
- ▮ Ficha A7 (Outros Serviços de Apoio): apresenta falta de subtipos e desmembramentos da mesma em um maior número de fichas, na qual a utilização de um único documento

para diferentes tipos de instalações, como igreja, comércio e prestadores de serviço, se tornou um empecilho.

Módulo B (Infraestrutura de Apoio ao Turismo):

▮ Ficha B2 (Alimentos e Bebidas): Descreve-se nessa ficha um item que pede a caracterização do local por um tema, um tipo de gastronomia específico, não dando margem para vinculações de própria autoria ou legados históricos passados de geração para geração.

Módulo C (Atrativos Turísticos):

▮ Ficha C1 (Atrativos Naturais): Essa ficha estabelece que todo atrativo desta categoria necessariamente tenha algum tipo de administração pública ou privada, não levando em consideração atrativos que não possuam um responsável técnico ou administrativo. Esta ficha também pressupõe transporte para tal atrativo, não havendo a opção de transportes particulares ou alternativos nas opções de preenchimento. Além disso, a área para se descrever os serviços e equipamentos dos atrativos, encontrava-se representada a partir de tabelas, o que a deixava confusa no momento de seu preenchimento. Outra questão levantada foi o não reconhecimento do atrativo natural como único e independente de infraestrutura para ser considerado como tal, destacando, também, o tópico sobre a origem dos visitantes, já que esse item só pode ser preenchido após entrevista com um responsável pelo atrativo ou com o próprio visitante.

▮ Ficha C2 (Atrativos Culturais): apresenta o tópico legislação de proteção aos atrativos, caracterizado quando se há órgão responsável, não podendo este se tratar de legados da

própria comunidade local, possuindo, como exemplo, a estação ferroviária abandonada da cidade.

▮ Ficha C5 (Eventos Permanentes): aponta-se como problemático o item das instalações de celebração dos eventos, pois não se contempla situações em que o evento possa ser itinerante.

Outros itens, recorrentes em diversas fichas, também apresentaram dificuldades de preenchimento pelos alunos, assim relatados:

Houve queixa de excesso de informações necessárias no item “Prédio, Equipamentos, Instalações e Acessibilidade” presente em fichas que intentariam estabelecimentos, alegando que, no município, poucos estabelecimentos estão adequados para pessoas com deficiência física. Ainda que visto do ponto de vista do responsável pelo preenchimento, ainda neste item há a necessidade de apontamentos quanto à arquitetura e ao estado onde se encontra o local, atrasando o processo de preenchimento da ficha.

O item que informa o horário e o período do ano em que o estabelecimento funciona está incompleto, segundo os alunos, pois em diversos locais o horário de atendimento é diferenciado aos finais de semana e a ficha não contempla espaço para tal informação.

4.3 PRÓXIMOS PASSOS

O processo de planejamento turístico requer várias ferramentas, para a construção de seu diagnóstico, que levem a compreender toda a complexidade social, política, física, econômica e ambiental dos municípios que pretendem se consolidar como um destino turístico. Neste sentido, Barreto (2005, p.30) afirma que todas as definições de planejamento “[...] têm em comum duas ideias: a de complexidade (quando se fala em sistema, processo, mecanismo) e a ação voltada para o futuro”.

Com vistas ao futuro, Ruschmann (2001) defende que o planejamento é fundamental para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável, e que, em uma disciplina de graduação, por exemplo, os alunos devem ser ensinados a utilizar de forma adequada técnicas e instrumentos pertinentes ao

planejamento. Diante das valiosas contribuições de Barreto e Ruschmann, os caminhos delineados para a condução deste projeto orientam-se para a ampliação na formação de um profissional cada vez mais comprometido com o planejamento do turismo participativo, que integre os interesses dos moradores locais e as forças do capital turístico.

Assim, após a realização do inventário turístico, o próximo passo será realizar um estudo de interesse turístico local, como ações que envolvam a participação de moradores locais, iniciativa privada e pública. Estas ações pretendem identificar as ansiedades e as necessidades locais.

Este sentido de formação resulta do entendimento de que planejar o turismo é algo complexo, considerando seus objetivos contraditórios, que, ao mesmo tempo em que busca: “[...] prover oportunidade e acesso às experiências recreacionais ao maior número de pessoas possível”, precisa garantir a proteção, a integridade e a originalidade de seus bens culturais e naturais, evitando sua descaracterização e de suas comunidades (RUSCHMANN, 1997, p. 87).

Gradativamente, o modelo de planejamento centralizado está dando lugar ao modelo de planejamento participativo, reconhecendo as capacidades e os interesses locais e regionais, como as realidades dos grupos humanos e econômicos que atuam em suas respectivas áreas (BISSOLI, 1999, p. 54).

Tal forma de planejamento busca valorizar os atrativos turísticos como um bem coletivo, permitindo aos seus moradores uma participação efetiva em todo o seu processo de desenvolvimento. É uma prática que pressupõe o compartilhamento das problemáticas; o reconhecimento dos atrativos; e a identificação das necessidades do lugar. Ainda, permite aos moradores locais o desenvolvimento de uma postura pró-ativa na identificação e solução de problemas assumindo a corresponsabilidade das decisões tomadas, fundamental para que o desenvolvimento perdure de maneira sustentável, como também sugere técnicas de planejamento do turismo propostas por Irving (1999).

Esta postura prima por um desenvolvimento regional e converge com a tendência mundial de perceber o turismo segundo uma nova visão estratégica de desenvolvimento, direcionada às potencialidades locais e ao retorno social de tal atividade para a região. Uma posição antagônica

à hegemonia do capital internacional, da lógica dos *resorts* que limita os turistas às suas “bolhas”. Que evidencia a falta de disposição por parte dos sujeitos sociais hegemônicos, envolvidos no processo de produção desses lugares, de promover sua integração com o entorno.

O envolvimento pró-ativo dos sujeitos locais nos processos decisórios do desenvolvimento turístico estimula seu contato com o turista e, conseqüentemente, a interação cultural mais harmônica entre ambos. Ao pensarmos o desenvolvimento turístico sob essa ótica, não podemos perder de vista a necessidade de fortalecimento das identidades locais. A construção de “não-lugares”, criticada por Ariza da Cruz (2007), deve ser desestimulada em detrimento da valorização da autenticidade cultural das relações sociais e das paisagens dos lugares. Também se deve desestimular a importação de modelos prontos, de ideias acabadas e incentivar a edificação de atitudes que primem pelo coletivo.

5 CONCLUSÕES

Apesar das dificuldades encontradas, todo o perímetro urbano e rururbano do município de Rosana-SP foi inventariado, atingindo-se o objetivo proposto pelo Ministério do Turismo de que a inventariação sirva “como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística” (BRASIL, 2006, p.7). Ainda assim, a metodologia utilizada não nos parece totalmente adequada para registrar informações de municípios de pequeno porte.

A Inventariação Turística é apenas uma das etapas de diagnóstico do planejamento turístico, que é composto por outras atividades. Contudo, reconhece-se a importância desta ferramenta, e a necessidade de utilização desta etapa no planejamento do turismo para fins de desenvolvimento e consolidação da oferta turística local. Novos caminhos surgem com a nova proposta chancelada pelo Ministério do Turismo, que não destoam das intenções já traçadas entre os objetivos do LEPCOT.

Assim, se reconhece que essas informações são necessárias e essenciais para que seja instalado um turismo responsável na localidade, que respeite a cultura local, movimente a economia e agride o mínimo possível o meio natural.

REFERÊNCIAS

BARRETO, M. *Planejamento responsável do turismo*. Campinas: Papirus, 2005.

BENI, M. C. *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura, 2009.

BRASIL. *Projeto de Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa*. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. *Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa*. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CRUZ, R. C. A. da. *Geografia do turismo: de lugares e pseudo-lugares*. São Paulo: Roca, 2007.

EMBRATUR. *Guia para oficinas de treinamento dos agentes multiplicadores do Programa Nacional de Municipalização do Turismo*. Brasília: EMBRATUR, 2001.

IRVING, M. de A. *Participação e envolvimento comunitário: garantia ética de sustentabilidade em projetos de desenvolvimento*. *Espaço e Geografia*. Brasília, v.2, 1999.

LOHMANN, G, Netto, A. P. *Teoria do turismo: conceitos, modelo e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008.

PETROCCHI, M.. *Turismo: planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, Campinas, 1998.

RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, D. *Planejamento turístico*. In: ANSARAH, M. *Turismo: como aprender, como ensinar*. São Paulo: Senac, 1998. v.2.

TRIGO, L. G. G.. *Turismo e qualidade: tendências*

Recebido em 29 de outubro de 2012.

Aprovado, em sua versão final, em 18 de novembro de 2012.

Artigo convidado.

O Desenvolvimento de Competências no Setor Hoteleiro Capixaba

Andreza Sampaio de Mello¹
Thiago Duarte Pimentel²
Alfredo Rodrigues Leite da Silva³
Mariana Pereira Chaves Pimentel⁴

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar quais são as competências profissionais requeridas pelo setor turístico e analisar como os trabalhadores deste setor as adquirem. Para tanto, recorreu-se ao arcabouço teórico da gestão de competências, focalizando as definições de Le Boterf (2003) e de Zarífian (2003). Para legitimar empiricamente essa discussão foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 06 gestores e 12 funcionários de hotéis da cidade de Vitória/ES. Os dados qualitativos foram tratados a partir da técnica de análise de conteúdo (AC), que permitiu a compreensão do significado de determinadas construções, escolhas e posicionamentos individuais frente às oportunidades abertas pelo mercado turístico do setor hoteleiro. Diante das considerações feitas neste estudo, foi possível concluir que pré-requisitos como o domínio de outros idiomas e formação em cursos técnicos específicos para cada cargo são os mais requeridos pelo setor hoteleiro. O modo de aquisição desses pré-requisitos pelos trabalhadores está essencialmente ligado ao ambiente de trabalho, o que gera a necessidade de se pensar a influência desse espaço sobre a socialização e a assimilação de conhecimentos por parte dos trabalhadores, bem como a formação deste tipo de profissional e sua relação com a prática.

Palavras-chave: Competências. Desenvolvimento profissional. Setor hoteleiro.

THE COMPETENCE DEVELOPMENT IN THE CAPIXABA HOTEL SECTOR

Abstract

The objective of this article is to identify which are the professional competences required by the touristic sector and to analyze how workers from this sector acquire these competences. In order to do this, a competence management theoretical outline was used, focusing on the definitions of Le Boterf (2003) and Zarifan (2003). To empirically legitimate this discussion, half-structured interviews with 06 managers and 12 employees of hotels from the city of Vitória/ES were done. The qualitative data were treated according to the analysis content technique, which allowed understanding the meaning of certain constructions, individual choices and individual positioning facing the chances opened by the touristic market of the hotel sector. Concerning the remarks made in this study, it was possible to conclude that competences like speaking other languages and having a specific technical course for each position are the most required by the hotel sector. How the workers acquire these competences is essentially tied to the work environment, what implies the necessity of thinking about the influence of this space over the socialization and assimilation of knowledge by the workers, as well as how the training of this type of professional and its relation with the practice is occurring.

Keywords: Competences. Professional development. Hotel sector.

¹ Doutoranda em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). E-mail: andreza_sampaio@yahoo.com.br

² Doutor em Ciências Sociais (Sociologia) pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professor Adjunto do Departamento de Turismo/UFJF e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/UFJF. E-mail: thiagodpimentel@gmail.com

³ Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Adjunto do Departamento de Administração e do Programa de Pós-Graduação em Administração, ambos da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). E-mail: alfredoufes@gmail.com

⁴ Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professora do Curso de Turismo do Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais – Campus Barbacena. E-mail: mariana.pimentel@ifsudestemg.edu.br

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN EL SECTOR HOTELERO CAPIXABA

Resumen

El propósito de este artículo es identificar las competencias requeridas por la industria del turismo y analizar cómo hacen los trabajadores de este sector para adquirirlas. Por lo tanto, recurrimos a los estudios teóricos acerca de las habilidades de gestión, centrándose en los conceptos de Boterf Le (2003) y Zarifan (2003). Para justificar empíricamente esta discusión se realizaron entrevistas semiestructuradas con 06 directivos y 12 empleados de los hoteles en Vitória / ES. Los datos cualitativos fueron tratados mediante la técnica de análisis de contenido (CA), que permitió la comprensión del significado de algunos edificios, las opciones individuales y las posiciones a plazo a las oportunidades abiertas por el mercado turístico de la industria de la hospitalidad. Teniendo en cuenta las consideraciones hechas en este estudio, se concluyó que pre-requisitos como el dominio de otros idiomas y cursos de formación en técnicas específicas de cada posición son la más solicitada por el sector hotelero. El modo de adquisición de estos requisitos por los trabajadores está ligado esencialmente al ambiente de trabajo, lo que crea la necesidad de pensar en la influencia que el espacio de socialización y asimilación de los conocimientos ejerce sobre los trabajadores, así como la formación de este tipo de profesional y su relación con la práctica.

Palabras clave: Competencias. El desarrollo profesional. Sector de Hostelería.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento do turismo e da atividade hoteleira foi marcado por vários movimentos históricos. A hotelaria no decorrer dos anos passou por mudanças significativas, e diversos serviços foram a ela agregados até que se chegasse à sua concepção atual, em que inovações e facilidades foram trazidas por processos tecnológicos e aperfeiçoamentos nos produtos e serviços oferecidos. Nestes foram introduzidos padrões de qualidade cada vez mais específicos e mutáveis, tendo como peça fundamental o fator humano (CASTELLI, 2003).

Com a globalização, o mercado viu-se diante de uma demanda cada vez mais participativa e exigente. Em contrapartida, os meios de hospedagem tiveram seus estabelecimentos remodelados na busca de atender a esse público, necessitando de

mão de obra cada vez mais qualificada e preparada. No caso do Brasil, Campos (2003) destaca a criação do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e a entrada de grandes redes internacionais de hotelaria, o que contribuiu para a padronização e a melhora na qualidade dos serviços.

Assim, no contexto hoteleiro, bem como em outras áreas, os sujeitos envolvidos são considerados atores-chaves. As relações de trabalho, as tarefas e as habilidades requeridas para executá-las foram profundamente alteradas, exigindo um novo perfil de trabalhador.

Na constituição deste perfil dois fatores foram fundamentais: de um lado, as empresas demandavam pessoas com habilidades cada vez mais versáteis, multidisciplinares e globais. Segundo Castelli (2003), além da formação técnico-científica, é preciso colocar em evidência as qualificações humanas e os funcionários devem agregar valor e trocar experiências com a empresa. De outro lado, as instituições que ofertavam profissionais com formação específica ou próxima ao que o mercado requer muitas vezes não os preparavam de acordo com as reais expectativas do mesmo.

Nesse contexto surge a seguinte questão: como os trabalhadores do setor hoteleiro adquirem competências ao longo de sua trajetória profissional?

Aqui parte-se do princípio de que tais habilidades e competências se dão no processo de construção dos posicionamentos⁵ desses agentes ao longo de uma trajetória que envolve certa complexidade, pois, de acordo com Cosh, Duncan e Hughes (1998), esses posicionamentos não são baseados apenas na formação profissional, mas na experiência, nas competências, na personalidade e no contexto no qual se está inserido.

Ao alcançar o objetivo proposto é possível desenvolver os estudos acerca das competências, principalmente por uma ótica voltada para o setor hoteleiro, algo pouco explorado no campo. A relevância da proposta está em assumir o estudo das competências no setor turístico numa lógica voltada para as trajetórias percorridas ao longo desenvolvimento profissional dos indivíduos.

Para incluir evidências empíricas nessa discussão, foi realizada uma pesquisa qualitativa, em 06 hotéis da cidade Vitória/ES. Esses hotéis são associados à ABIH/

⁵ O termo "posicionamento" considera a ação/ atitude/ iniciativa dos atores em relação a algum aspecto/ variável que auxilia no desenvolvimento de competências na trajetória do indivíduo.

ES e pertencem a redes nacionais e internacionais. O instrumento utilizado para a coleta dos dados foram entrevistas semiestruturadas, com 18 sujeitos de pesquisa, sendo 06 gestores e 12 funcionários. Os dados obtidos através das entrevistas foram tratados por meio da análise do conteúdo (BARDIN, 1977).

Diante das considerações feitas neste estudo, foi possível concluir que competências como falar outros idiomas e ter um curso técnico específico para cada cargo são as mais requeridas pelo setor hoteleiro. Já o modo como os trabalhadores adquirem essas competências está essencialmente ligado ao ambiente de trabalho, o que implica a necessidade de se pensar a influência desse espaço sobre a socialização e assimilação de conhecimentos por parte dos trabalhadores, bem como se repensar como está ocorrendo a formação deste tipo de profissional e sua relação com a prática.

Este estudo está organizado em cinco partes. A primeira corresponde a esta introdução, onde são apresentados os principais elementos deste artigo. A segunda parte trata da revisão teórica sobre gestão de competências e sua contextualização no turismo. Na terceira seção abordou-se a metodologia que orientou este trabalho de pesquisa. Na sequência, quarta parte, discute-se os dados da pesquisa à luz do referencial teórico. E, por fim, pontuamos algumas considerações a que este estudo nos permitiu chegar.

2 AQUISIÇÃO DE COMPETÊNCIAS NO SETOR HOTELEIRO

2.1 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS POR COMPETÊNCIAS

A partir dos anos 90, a competitividade no mercado ficou cada vez maior ao ver-se que o papel humano nas organizações vinha se tornando cada vez mais importante para a sobrevivência das empresas. Esse fato trouxe a reformulação na gestão de pessoas, surgindo uma nova concepção de trabalho no setor. Iniciou-se a criação do discurso sobre o novo tipo de gestão, abordado sob a visão das competências.

Em um panorama geral, o gestor passou a ser parte integrante do planejamento estratégico das empresas a fim de adotar interações frequentes com os colaboradores. Nesse processo, levam-se em conta limitações, otimizando os valores dessas organizações para que elas se mantenham competitivas e sobreviventes no mercado.

Com o novo modelo de competição no mercado cada vez mais competitivo e globalizado é preciso que haja o desenvolvimento e o estímulo das competências humanas, a fim de que as competências organizacionais se viabilizem. De acordo com Fischer et al., (2008), percebe-se que para associar a gestão de pessoas ao âmbito estratégico das organizações faz-se necessário tratar as competências organizacionais.

Zarifian (2001) discute as qualificações exigidas para a inserção de pessoal nas organizações ante as mudanças, citando dois elementos:

- 1) a prescrição, onde desloca-se o foco das operações de trabalho para os objetivos e resultados da atividade profissional. Aqui o trabalhador passa a ter acesso ao porquê dos objetivos e para que atingir estes objetivos. Cria-se um espaço aberto que já dispara a competência da tomada de iniciativa ao assumir responsabilidades pelos objetivos apresentados;
- 2) a competência é assumida por um coletivo, ou seja, as competências individuais são necessárias, porém convergem para ações profissionais com modelos de organização por equipe, por rede ou projeto. “A automação em cadeia deixa de existir e o sucesso da ação coletiva passa a ser resultado da competência ativa de cada um” (apud LOCHA; ASHLEY, 2008, p. 12).

Dessa forma surge a discussão sobre o conjunto de saberes (que se passou a registrar como competências) que os trabalhadores deveriam ter para se inserir num mercado de trabalho dinâmico. Essas competências podem compreender vários enfoques. Dias et al., (2008) discutem o conceito de competência envolvendo-o em dois aspectos: primeiro, como um indicador no processo de gerir as pessoas; e segundo, no enfoque de capacidade relacionada à competitividade das empresas.

Com a finalidade de definir o conceito de competência na percepção dos gestores da área de Recursos Humanos de grandes organizações brasileiras, Fischer et al., (2008, p. 39) concluíram que a categoria com maior representatividade na definição de competência é a que a define como um “conjunto de conhecimento, habilidades e atitudes, sendo enunciada por 42,4% dos respondentes”.

Durand (1998) define essas dimensões

relacionando-as da seguinte maneira: o conhecimento ligado à informação resultando em “saber o que fazer e saber por que fazer”; as habilidades unidas às técnicas e destrezas em “saber como fazer” e as atitudes vinculadas ao interesse e determinação em “querer fazer”. Segundo Almeida (2007) competência é uma palavra utilizada para designar pessoa qualificada a realizar algo ou para qualificar o indivíduo capaz de realizar algo. Mas, como será que esse fazer algo é visto e estudado?

Nesse contexto é importante destacar que duas das principais escolas serão citadas: a escola anglo-saxônica e a escola francesa. Segundo Locha (2008, p.13), enquanto na escola francesa os funcionários demonstram suas competências no momento em que atingem determinados resultados esperados, nos Estados Unidos, as competências são tratadas como conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA's) que afetam o desempenho do indivíduo.

A escola anglo-saxônica teve a primeira definição de competências estruturada em 1973 por David McClelland, ao buscar uma abordagem mais específica para processos de seleção nas empresas, aprimorando testes de inteligência e psicológicos. Processo que “foi rapidamente ampliado para dar suporte a processos de avaliação e para orientar ações de desenvolvimento profissional” (DUTRA, 2009, p.22). McClelland definia competências como o conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes (CHAs) responsáveis pelo desenvolvimento superior. Conforme cita Almeida (2007, p.17), o fato de um funcionário possuir determinado conjunto dessas características desejadas por uma organização seria prognóstico a ter um desempenho superior.

Na linha de pensamento de Boyatzis, “a partir da caracterização das demandas de determinado cargo na organização, esta procura fixar ações ou comportamentos efetivos esperados” (DUTRA, 2009, p.22). Esse mesmo autor demonstrou preocupação com questões relevantes à entrega da pessoa para o meio em que se insere.

Em linhas gerais, Fleury (2001) expõe que competências são o conjunto de CHA's ou capacidades humanas, acreditando que os melhores desempenhos estão fundamentados na inteligência e na personalidade das pessoas. Sinaliza que competências são o estoque de recursos que o indivíduo detém e que “o parâmetro para o conceito

de competência decorre da tarefa e das atribuições de um determinado cargo. Aproxima-se, assim, na opinião da autora, o conceito de qualificação ao definir uma série de requisitos necessários ao cumprimento das atribuições atreladas a cada posição na organização” (ALMEIDA, 2007, p.18).

Na escola francesa, como complemento dos estudos sobre competências, foram inseridas preocupações em relação aos CHA's visando estabelecer relações possíveis entre o saber e o saber agir. Para alguns autores, competência seria uma forma de saber agir com responsabilidade reconhecida que implicaria mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, agregando valor econômico ao indivíduo e transpondo-o à organização (FLEURY; FLEURY, 2001). Assim, de forma simplificada, pode-se entender competência como a capacidade de uma pessoa gerar resultados atingindo objetivos organizacionais (ALMEIDA, 2007, p.19).

Para Zarifian (2001) a formação e a gestão de competências são entendidas como práticas bem tradicionais, que consistem em definir as capacidades que um indivíduo deve possuir para ocupar um posto de trabalho. O mesmo explora o conceito, considerado por Dutra (2009) mais próximo da realidade das empresas, associado à agregação de valor e entrega de determinado indivíduo em um contexto, independente do cargo.

Le Boterf (2003) define que competências são um assunto ainda em discussão, que a competência de um indivíduo não é simplesmente um estado e não é reduzida a conhecimento. O autor argumenta que a mesma é constituída por três eixos formados pelas pessoas: sua biografia e socialização, por sua formação educacional e experiência profissional. Para o autor, as competências são o conjunto de aprendizagens sociais e comunicacionais que são desenvolvidas a partir da formação em um sistema de avaliação. Em suma, é o agir responsável reconhecido pelos outros.

É importante se destacar que as competências estão vinculadas a vários atores dentro de uma organização. Ao se colocar frente a frente organização e pessoas, observamos um processo contínuo de troca de competências, o que viabiliza o crescimento de ambos. Dutra (2009) aborda que a empresa transfere seu patrimônio para as pessoas, que são preparadas para enfrentar situações profissionais ou não. Já os funcionários

devolvem sua capacidade individual transferindo para a organização seus aprendizados, fazendo seu aprimoramento e tornando-a capaz a enfrentar novos desafios (DUTRA, 2009).

A importância dessa gestão está no fato de se terem otimizado os recursos humanos da empresa, observando: uma vez que as pessoas tenham CHA's requeridos pela empresa, é necessário que haja uma entrega pessoal. Entretanto, "o fato de as pessoas possuírem determinado conjunto de Habilidades, Conhecimentos e Atitudes não é garantia de que elas irão agregar valor à organização" (DUTRA, 2009, p.28).

Nesse sentido, o contexto que envolve a discussão a respeito das competências também contempla a perspectiva do desenvolvimento profissional do setor turístico, tendo em vista que esta se volta para uma análise dos atores presentes no setor hoteleiro.

2.2 DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL NO SETOR TURÍSTICO

A atividade hoteleira ao longo dos anos passa por vários momentos e processos decisivos na sua estruturação e no seu desenvolvimento. Em meio a esses processos, Campos (2003) destaca que a entrada de grandes redes internacionais de hotelaria contribuiu para a indústria da hospitalidade, no que tange a padronização e a qualidade dos serviços. Um processo que levou ao desenvolvimento da era do profissionalismo em turismo e hotelaria. Com base nestes elementos, o segmento hoteleiro no Brasil foi se reestruturando e sendo abordado por aspectos que se inserem no ambiente contemporâneo.

Uma dessas reestruturações está relacionada com a oferta da formação educacional específica para o setor. Faria e Quelhas (2005) detalham o crescimento da educação enfatizando o grande número de instituições/escolas públicas e privadas que atualmente dispõem de cursos diversos em turismo e hotelaria, além da formação em nível técnico.

No Brasil, instituições como o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) foram das primeiras a focar a profissionalização voltada para a hotelaria, e vêm desenvolvendo ações pedagógicas na área até hoje (ALMEIDA, 2001). Esse tipo de ensino visa a

capacitação específica de uma mão-de-obra que pode atuar nas áreas de recepção, governança, alimentos e bebidas de uma empresa hoteleira.

Mas, ao lado desses cursos de capacitação, estruturou-se uma ampla oferta de formação superior em turismo e hotelaria. Atualmente é ampla a diversidade do tipo de ensino que envolve os profissionais de turismo. Analisando essa variedade, verifica-se que os cursos na área de turismo atendem várias demandas, como: gestão (bacharelado e tecnólogo), supervisão (sequenciais) e operacional (técnicos e ensino livre) (CATRAMBY; COSTA, 2004).

Segundo dados de 2009, do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), a lista atual da relação dos programas e/ou cursos de graduação e sequenciais oferecidos pelas instituições de educação superior no Brasil contém 50 cursos de hotelaria, 532 cursos de Turismo, 29 cursos classificados como de turismo e hotelaria, além de 87 cursos de eventos e 28 de gastronomia.

Trigo (1998) observa que essa quantidade de ofertas de cursos do nível de terceiro grau em turismo não implica necessariamente qualidade, o que gera inúmeros problemas, inclusive questionamentos sobre os profissionais que estão sendo formados. Sendo assim, diversos autores expõem a real situação na qual se encontra a educação em turismo e mostram as características desses cursos, os desafios que terão de enfrentar para serem reconhecidos como campo do conhecimento (COOPER; SHEPHERD; WESTAKE, 1990; ECHTNER, 1995; TEIXEIRA, 2001) e as implicações para a prática profissional. Para Castelli (2003, p. 503) "a falta de qualificação das pessoas que trabalham na hotelaria é uma dura realidade, sentida não só pelos dirigentes hoteleiros, mas também, e principalmente, pelos hóspedes, através da falta de qualidade dos serviços".

As organizações hoteleiras têm buscado, frequentemente, profissionais qualificados, os quais procuram instituições de ensino para se qualificarem de acordo com as exigências de mercado. Essas instituições tem que estar em sintonia com as empresas, que, por sua vez, querem profissionais dotados de uma amplitude de conhecimentos para assimilar e desenvolver competências necessárias às organizações.

Apesar das grandes discussões em relação

à qualidade desses cursos e até mesmo à sua real importância para as ciências sociais e estudos organizacionais, eles são uma realidade capaz de interferir nos ambientes mercadológicos e profissionais da área. Portanto, perceber a real influência da educação formal ofertada pelos cursos é fundamental para se compreender como esses atores sociais adquirem competências ao longo de sua trajetória profissional.

Além desses tipos de formação, que envolvem os profissionais de turismo e hotelaria, cabe ressaltar a existência dos treinamentos internos. Tendo em vista esse entendimento, Vargas (1996) destaca que os treinamentos desenvolvidos internamente em uma organização incluem um processo que visa a internalização de novos conceitos, ideias, opiniões e, principalmente, a geração de novas habilidades. Esse tipo de formação é importante, pois pode ajudar na aquisição de competências que não foram desenvolvidas nos processos de educação formal, como comumente ocorre nos casos de formação superior em turismo e hotelaria.

2.3 COMPETÊNCIAS VINCULADAS AO PROFISSIONAL DO TURISMO E DA HOTELARIA

As competências podem perpassar três níveis: no plano individual elas são atreladas ao indivíduo, na dimensão organizacional inserem a noção da empresa e, no âmbito governamental, relacionam os sistemas educacionais e formação de competências (FLEURY; FLEURY, 2001).

Fischer et al., (2008) percebem o posicionamento das competências de um lado envolvendo as pessoas com as atividades das organizações, e, do outro, como uma característica intrínseca da organização, ou seja, seu bem intelectual que constitui suas vantagens competitivas.

De maneira convergente com esse entendimento, para Durand (1998), a competência é definida como a capacidade de atuar de maneira eficaz em alguma situação, e é baseada em três dimensões: conhecimentos, habilidades e atitudes. No entanto, para alguns autores, a competência não deve ser atrelada apenas a essas três dimensões. Trigo (2000), por exemplo, acredita no desenvolvimento das competências através de uma formação e uma contínua aprendizagem laboral.

Já Wood Júnior e Picarelli Filho (2004, p. 125)

definem que competência “significa conhecimento aplicado e orientado para melhorar o desempenho do grupo e da organização”. Nessa proposta, os esforços relacionados com as competências podem ocasionar um impacto na atuação da organização.

Mesmo diante dessa diversidade, em comum várias pesquisas voltadas para os profissionais envolvidos com o turismo e hotelaria foram desenvolvidas para tentar mapear as competências requeridas a esses profissionais. Essas pesquisas contribuem para a discussão do processo de avaliação do desenvolvimento desses profissionais. .

Adotando um corte voltado para a área de turismo, Paixão (2007) defende que o significado de competência tem a ver com a qualificação e a capacitação das pessoas para desempenhar suas atividades de uma forma diferenciada. O autor ainda comenta que é preciso diminuir o gap de competências entre a formação turística e o mercado de trabalho. Nesse sentido, Teixeira e Morrison (2004) também atentam para a existência do gap (distância) entre o que é ensinado e o que necessita ser aprendido.

Em uma pesquisa em diversos artigos sobre a formação superior em turismo e hotelaria no Brasil, Carvalho (2003) identificou as seguintes competências requeridas na formação dos alunos: criatividade na solução de problemas, capacidade de expressão, capacidade de pensar e não apenas de reproduzir ações. A autora concluiu que em um currículo de Hotelaria é imprescindível competências em liderança, orientação para o serviço, trabalho em equipe, relações interpessoais, adaptação à mudança, criatividade, treinamento, desenvolvimento, boa comunicação, gerenciamento de qualidade, habilidades tecnológicas e financeiras.

Trigo (2002) destaca a importância de adequação dos currículos às necessidades do mercado de trabalho na seguinte afirmação:

Atender ao mercado impõe desafios bastante complexos no processo de formação. É preciso estabelecer um quadro conceitual de competências para professores e alunos, encarando-os como futuros profissionais. A procura da competência profissional, com reflexos na qualidade, exige metodologia cuidadosamente planejada e atitudes pessoais firmes como:

a) Espírito de iniciativa, autonomia, criatividade;

- b) Saber onde e como buscar a informação;
- c) Saber outras línguas e culturas;
- d) Cultivar relações interpessoais.

Porém, ao analisar as competências demandadas no setor hoteleiro, Rodrigues et al., (2005) concluíram que alguns profissionais apresentam determinadas dificuldades em algumas competências, sendo estas as mais expressivas: integridade/honestidade, ética, bilinguismo, informática e adaptabilidade.

Ao tratar as competências, é perceptível que alguns autores aproximam os conceitos de habilidade e competência. Entretanto, no entendimento assumido neste artigo há maior distanciamento entre os conceitos. A habilidade é adotada aqui como relacionada com a capacidade de o indivíduo realizar uma atividade ou várias atividades, sendo caracterizada pelos conhecimentos, aptidões pessoais e aplicação prática (WOOD JÚNIOR; PICARELLI FILHO, 2004) e a competência envolve uma compreensão voltada para as estratégias organizacionais (FLEURY; FLEURY, 2001). Além disso, presume-se que as competências são mais generalizadas e abstratas do que as habilidades que são mais específicas e concretas.

3 METODOLOGIA

Este estudo se insere numa abordagem metodológica construtivista (VASCONCELOS, 2002). Assim, optou-se pela pesquisa analítica descritiva, ou seja, o propósito é descrever e compreender os fatos no seu contexto organizacional (MINAYO, 2007). Essa proposta se justifica, uma vez que se buscou neste trabalho analisar a aquisição de competências por meio de processos e práticas organizacionais a partir das experiências e outros significados construídos nos atores sociais (gestores e funcionários).

Foi lócus desta pesquisa o setor hoteleiro de Vitória, Capital do Estado, considerando apenas os hotéis que são associados à ABIH/ES - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Espírito Santo - devido à importância desse órgão para a hotelaria nacional. Tal entidade empresarial, associativista e sem fins lucrativos, atua como órgão técnico e consultivo no estudo e solução dos problemas do setor (ABIH, 2008). Em Vitória, 14 são os hotéis associados à ABIH/ES, sendo que, destes, 07 não

mostraram interesse em participar da pesquisa e 01 alegou passar por algumas mudanças internas impossibilitando o atendimento para a mesma. Portanto, apenas 06 hotéis constituíram a amostra deste estudo.

Dentro desta amostra, a pesquisa focalizou dois grupos: 1) dos gestores, englobando tanto o gerente geral quanto o gerente do setor de recursos humanos; e 2) o dos funcionários, classificado pelo exercício de funções de nível operacional. Estes grupos foram selecionados da seguinte maneira: 02 funcionários de qualquer um dos seguintes setores: administração, recepção, governança e Alimentos & Bebidas.

Para compor esse estudo, foram utilizadas técnicas de observação assistemática, pesquisa documental e entrevistas. A entrevista semiestruturada no presente estudo foi apoiada em um roteiro prévio composto por onze questões para o nível gerencial e sete para o nível operacional.

As entrevistas foram gravadas e, posteriormente, transcritas e tabuladas em uma grade de categorias.

Tendo em vista as técnicas de coletas de dados adotadas, o tratamento destes foi realizado por meio da Análise do Conteúdo (BARDIN, 1977). De acordo com essa autora, essa técnica de pesquisa se volta para a descrição prática e objetiva do conteúdo manifesto da comunicação.

Para categorizar os elementos, Vergara (2006) propõe três tipos de grades de análises. A grade aberta, onde os elementos de categorias são definidos durante todo processo da pesquisa; a grade fechada, em que os elementos de categorias já são pré-determinados e durante a análise são apenas integrados à grade; e a grade mista, onde algumas categorias são determinadas preliminarmente, porém, é permitida a inclusão de outros elementos de categorias durante o processo de análise. O tipo de grade utilizada nesse estudo foi a grade mista. Os sujeitos da pesquisa serão identificados no texto de acordo com sua função juntamente com o hotel em que trabalham.

Os sujeitos da pesquisa serão identificados no texto da seguinte maneira: a) Hotéis: Hotel A até Hotel F; b) Gerentes: Gerente A até Gerente F; c) Funcionários: Funcionário A1 até Funcionário F2, sendo que, para os funcionários, cada letra (que representa o hotel) vem acompanhada de um número, pois em cada hotel foram entrevistados 02 sujeitos.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS PELOS GESTORES DOS HOTÉIS PESQUISADOS

A discussão apresentada aqui perpassa o processo de desenvolvimento e aquisição de competências de gestores de hotéis da cidade de Vitória. A análise se volta para a compreensão de como os gestores adquirem suas competências ao longo de sua trajetória profissional, tendo em vista que as competências neste estudo são entendidas como uma combinação de conhecimentos, de experiências e de comportamento (ZARÍFIAN, 2001) do indivíduo a partir de sua trajetória profissional.

Assim, nesse estudo o processo de formação educacional insere-se na perspectiva do processo de desenvolvimento de competências, destacado a partir dos fragmentos a seguir:

(01) Eu trabalho na hotelaria há 14 anos [...] já faz tanto tempo que eu nem considero minhas experiências anteriores [...] morei em Genebra na Suíça durante 05 anos e aprendi outras línguas e isso possibilitou minha entrada na hotelaria. Eu comecei na recepção e foi preciso trabalhar muito, passar por diversas funções para está no que estou hoje (GERENTE A).

(02) Meu berço profissional foi a hotelaria [...] eu comecei na rede Bourbon em Foz do Iguaçu como auxiliar de escritório passando a recepcionista bilíngue, coordenador de eventos. Depois eu fui para a tropical, uma rede nacional e trabalhei em frente as cataratas do Iguaçu [...] passei por várias funções: recepcionista, maître, coordenador de recepção, assistente de gerencia [...] até ser transferido para Manaus em 1995, onde assumi a gerência geral de um dos hotel da tropical lá na unidade Manaus. Toda minha historia foi dedicada a hotelaria, inclusive até hoje ela é e vai continuar sendo (GERENTE B).

(03) [...] Quando eu fui contratada pela rede, foi para assumir o cargo de agente de reservas na unidade de Campinas/SP, mas aqui a gente tem uma prática de multifuncionalidade, então eu era contratada pra ser agente de reservas,

mas ajudava na recepção, ajudava no café da manhã, ajudava em todos os departamentos que precisava [...] depois de dois anos eu fui para outra unidade em Campinas/SP também, como coordenadora de eventos e reservas e aí fui promovida como coordenadora de recepção, e fiquei durante três anos e meio [...], depois eu fui para uma unidade de Brasília como chefe de recepção e fiquei 2 anos e 4 meses e já estou há dois anos aqui como gerente geral (GERENTE D).

As experiências acima relatadas devem ser entendidas como um elo que levou os sujeitos a seus posicionamentos perante seu desenvolvimento profissional, um processo que também pode ser entendido como algo que desenvolve as competências e habilidades.

Os gerentes A, B, D e F trabalham na área hoteleira há mais de 10 anos e, durante sua trajetória profissional, as experiências através de vários cargos e funções, de diversas promoções, de vivências em outras redes de hotéis, e até mesmo em outros Estados, foram aspectos essenciais na formação de suas competências. Ou seja, aqui as competências surgem articuladas a variáveis que fazem parte da trajetória do indivíduo.

No fragmento 01, por exemplo, o gerente A aponta o “saber falar outro idioma” como sendo uma competência adquirida que proporcionou sua entrada no setor hoteleiro, corroborando as proposições de Rodrigues et al., (2005). Vale ressaltar também que a multifuncionalidade (ou polivalência) citada no fragmento 03 é uma competência derivada do ambiente de trabalho (LE BOTERF, 2003).

Para o grupo de gestores (GERENTE A, B, D e F), o conjunto dessas experiências serviu de referência para suas ações perante a formação educacional. Conforme se observa nos seguintes fragmentos:

(04) [...] Eu vi essa necessidade de ter responsabilidade pelos processos de gestão de pessoas, e foquei minha formação nesse sentido [...] Eu sou formado e especializado em gestão de pessoas (GERENTE A).

(05) Eu tive que dar a volta por fora, fui buscar uma formação na área pra poder chegar à gerência geral, e principalmente

aprender outro idioma, que foi fundamental (GERENTE B).

(06) [...] Quando eu entrei no hotel não fazia faculdade nenhuma... eu vi a oportunidade de crescer, desde que eu meu qualificasse... Em seguida eu comecei a fazer a faculdade em administração voltada à finança (GERENTE D).

(07) A partir do momento que percebi as chances que estava tendo de crescer na empresa, eu busquei uma formação superior, pois queria chegar até a gerência (GERENTE F).

Essa busca no desenvolvimento pessoal, indo além do conjunto de experiências e do desenvolvimento interno oferecido pela organização, segundo Teixeira e Morrison (2004) possibilita integração dos processos gerenciais e o aumento do grau de interpretação e percepção em torno do ambiente mercadológico. Além de contribuir para interiorização das competências, sejam elas no âmbito da organização ou do indivíduo.

Esse processo, além contribuir para o desenvolvimento do sujeito, gera um ponto de percepção no indivíduo fazendo com ele enxergue aspectos relacionados a competências por outras vertentes. A percepção desses sujeitos em relação a essa temática aparece relacionada a alguns aspectos, como se vê nos fragmentos:

(08) [...] As pessoas estão cada vez mais buscando o desenvolvimento profissional, estão buscando se qualificar mais, no sentido de se alinhar com as exigências do mercado [...] isso ocorre em todas as áreas e não apenas na hotelaria, é uma necessidade do mercado de trabalho (GERENTE C).

(09) [...] Hoje em dia as informações estão em toda parte, é mais fácil ter acesso hoje em dia [...], as pessoas estão estudando mais e se capacitando mais [...] eu percebo que há um aumento no desenvolvimento das pessoas (GERENTE A).

(10) [...] há mais ou menos 7 anos atrás as empresas começaram a perceber a importância de treinar as pessoas [...] atualmente é comum vários tipos de treinamentos dirigidos pelos hotéis [...] as pessoas estão se capacitando mais e fazendo mais treinamentos (GERENTE D).

(11) [...] eu percebo que a empresa, a diretoria, os gerentes em geral têm uma relação mais próxima com o setor de RH [...] aqui há um trabalho mútuo, em todas as unidades da rede os gerentes têm autonomia de sugerir e implantar processos para que o funcionário tenha essa qualificação e a melhoria do seu perfil profissional [...] (GERENTE B).

Nos fragmentos 08 e 09 os sujeitos percebem a busca dos indivíduos de desenvolver suas competências no sentido de alinharem-se com as demandas exigidas pelo mercado. Já nos fragmentos 10 e 11 as competências estão atreladas aos treinamentos realizados pela empresa, ou seja, um tipo de formação que auxilia na obtenção de competências que não foram adquiridas nos processos de educação formal, o que é comumente observado na formação superior de turismo e hotelaria. Nesse sentido, o desenvolvimento de competências, na percepção desses sujeitos, é articulada em torno de dois aspectos: um no cenário mercadológico e outro indicando mudanças no cenário organizacional e estrutural das empresas.

Todo esse processo relacionado às competências faz com que os gestores, a partir de suas experiências e vivências, optem por requerer determinadas competências e habilidades de seus funcionários. Esse aspecto é observado nos fragmentos 12 e 13:

(12) [...] as pessoas foram levadas a se capacitar... Elas tiveram que aprender o inglês, aprender atividades técnicas... Conhecer mais sobre a operacionalização e funcionamento do hotel... Tiveram que se profissionalizar mesmo (GERENTE E).

(13) [...] hoje em dia para ser contratada, a pessoa tem que ter no mínimo segundo grau completo [...] se tiver algum curso específico, ótimo, mas é preciso qualificação, principalmente os cargos-chaves [...] para ser recepcionista, por exemplo, é preciso superior completo, ou estar cursando [...] (GERENTE D).

Os gerentes E e D apontam competências e habilidades requeridas para o profissional atuar no setor hoteleiro. Aqui essas competências podem ser vistas com um aspecto que deve fazer parte da trajetória dos funcionários, no sentido de uma

busca constante, ou podem fazer parte de requisitos de contratação. As percepções reveladas acima se envolvem com as demandas do mercado global, em que o profissional alinhado a essas demandas deve aprender continuamente para manter-se competitivo (ALMEIDA, 2001).

Outro aspecto que cabe na discussão proposta está relacionado às práticas desenvolvidas nos hotéis que, por sua vez, abarcam aspectos de competências de habilidades. Nesse sentido, observam-se os posicionamentos de gestores indo além do que está descrito nas normas estabelecidas pela organização, ou seja, eles tentam agregar algo mais no processo:

(14) Em todas as unidades existem normas a serem seguidas nos processos que envolvem as práticas de seleção, por exemplo [...] os gerentes são responsáveis pelas contratações e tudo depende da sua habilidade gerencial, de suas experiências em selecionar pessoas [...] com o passar do tempo a gente aprende as manhas (GERENTE B).

(15) Eu faço questão de participar de todo esse processo e acompanho tudo [...] eu considero dois principais aspectos para uma pessoa ser contratada, que não estão descritos em normas, mas que eu acho importante: a vontade de querer trabalhar e a necessidade, e tento balancear esses aspectos [...] Mas se a pessoa tem muita vontade de colaborar, de aprender... isso pra mim é mais importante (GERENTE A).

Os posicionamentos observados nos fragmentos 14 e 15 refletem na participação dos gestores além do que está descrito em normas, ou seja, o conjunto de experiências, de influências, de habilidades faz parte de todo o processo.

No caso do fragmento 15, há uma preocupação por parte do gerente em perceber a vontade do candidato em querer aprender cada vez mais, e isso pode estar relacionado com o fato de o hotel ser voltado para o desenvolvimento dos seus profissionais, dispondo de programas de treinamentos e de avaliações.

A análise mostrou que ao se tratar de competências é possível fazer uma articulação entre diversos aspectos, da seguinte forma: competência relacionada ao processo de formação educacional, relacionada às experiências e vivências ao longo da

trajetória profissional, relacionada à percepção de mercado que os indivíduos têm e relacionada aos posicionamentos assumidos perante as práticas internas.

A discussão realizada até o momento envolveu as representações e as interpretações feitas por um dos grupos de sujeitos da pesquisa, o grupo dos gestores. A seguir será apresentada a análise do outro grupo de sujeitos da pesquisa, o grupo dos funcionários dos hotéis pesquisados.

4.2 COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS PELOS FUNCIONÁRIOS DOS HOTÉIS PESQUISADOS

As competências aqui serão entendidas como algo relacionado ao processo de desenvolvimento profissional dos sujeitos. Portanto, é pertinente destacar a formação educacional dos mesmos.

Os funcionários B1 e D1 pertencem ao grupo dos que tem o segundo grau completo, porém, eles destacam que já passaram por vários treinamentos nos hotéis em que trabalham, inclusive já fizeram cursos técnicos específicos para suas funções, como relata a funcionária B1: “já fiz cursos de camareira e governanta no Senac [...] se hoje eu cheguei ao cargo de governanta, foi por muito esforço meu, mas principalmente pelo apoio do hotel, em oferecer diversos cursos”.

Aqui, os sujeitos relacionam o seu desenvolvimento profissional nos treinamentos oferecidos pelo hotel e em cursos técnicos que contribuíram para esse desenvolvimento. Ou seja, o desenvolvimento de suas competências está pautado no aprendizado promovido pelos cursos técnicos e nos treinamentos oferecidos pelo hotel. Nesse sentido, Almeida (2001) ressalta que esse tipo de curso visa a capacitação específica, como, por exemplo, a da funcionária B1, que passou pelo cargo de camareira e chegou ao cargo de governanta.

Os funcionários A1, E2 e F1 estão no processo de formação superior, pois eles estão fazendo faculdade de turismo, marketing e administração respectivamente, e compartilham de um mesmo posicionamento em relação às suas formações profissionais, conforme observado nos fragmentos abaixo:

(16) Eu entrei aqui como menor aprendiz [...] já passei por vários setores e vários cargos[...] eu vejo que estou desenvolvendo

minha carreira profissional aqui no hotel [...] durante esses 7 anos eu percebi a importância de ter uma faculdade, então eu optei em fazer uma faculdade de turismo porque eu quero me aperfeiçoar cada vez mais e continuar minha carreira na área hoteleira (FUNCIONÁRIO A1).

(17) Eu nunca imaginei fazer uma faculdade, aí quando eu comecei a trabalhar no hotel eu fui me interessando em cursar uma faculdade [...] esse interesse surgiu porque eu me identifiquei com área, em atender pessoas e principalmente porque eu agora tinha condições financeiras para pagar uma faculdade (FUNCIONÁRIA E2).

Nos fragmentos 16 e 17 fica clara a busca da formação superior a partir das experiências vivenciadas nos hotéis, ou seja, um processo formal de educação em que o indivíduo vivencie experiências que lhe permitam a aquisição de conhecimentos. Os funcionários A2, B2, C2, C1, D2, E1 e F2 possuem um curso superior, porém, apenas os três primeiros são formados em turismo e tem uma especialização em administração hoteleira.

De modo geral, os funcionários dos hotéis pesquisados possuem características heterogêneas, na medida em que eles se distribuem entre 05 mulheres e 07 homens, pois não existe a predominância de apenas um gênero. Em relação à formação educacional tem-se: 02 funcionários com o segundo grau completo, 03 cursando uma faculdade e 07 com o superior completo. Nesse sentido, observa-se como maioria pessoas buscando o desenvolvimento profissional, na tentativa se alinhar às demandas do mercado.

Apesar de aspectos das competências fazerem parte do processo de formação educacional dos sujeitos, elas são mais perceptíveis nos processos que envolvem as práticas internas da organização. Nesse sentido, os sujeitos destacaram alguns aspectos considerados por eles importantes, no que tange essas práticas, conforme descrito nos fragmentos a seguir.

(18) participei de vários testes, fiz algumas provas [...] além de explorar que eu tinha certa experiência com o cargo, eu tinha que demonstrar meus conhecimentos práticos [...] apesar de ter sido um processo difícil com várias pessoas concorrendo ao

mesmo cargo, eu acho importante esse cuidado [...], pois o pessoal que trabalha em recepção lida diretamente com os clientes [...] é o setor mais visível em um hotel (FUNCIONÁRIO C1).

(19) Aqui na rede eu entrei através do processo para ser trainee [...] foi um processo bem demorado, durou 3 meses [...] teve várias dinâmicas de grupos com uma empresa terceirizada de RH, processo de vivência, para saber se é esse o caminho que a pessoa quer seguir [...] avaliação de perfil, teste de línguas. Passando por todo esse processo, eu comecei como trainee, fiquei 11 meses em treinamento até assumir a assistência de gerência em São Carlos (SP) e depois fui transferido para essa unidade em Vitória (FUNCIONÁRIO C2).

No fragmento 18 e 19 as competências surgem vinculadas às suas experiências, às suas habilidades e aos seus conhecimentos com as atividades desempenhadas naquele cargo.

No que tange o desenvolvimento de habilidade das pessoas nos hotéis pesquisados, o processo de treinamento é um mecanismo bastante utilizado nos hotéis e percebido pelos funcionários como o de maior importância.

(20) Desde que eu entrei no hotel como estagiário eu faço treinamento constantemente [...] já passei por vários setores, e pra cada setor eu fiz um treinamento específico [...] Isso é muito importante, eu me sinto mais seguro no meu trabalho, mais capacitado e mais preparado (FUNCIONÁRIO A1).

(21) Os treinamentos são bem proveitosos [...] eu acho que isso é uma motivação para as pessoas [...] os pontos negativos são revistos e são implementadas novas ações [...] tudo isso através da dinâmica de treinamentos (FUNCIONÁRIO C2).

Para os sujeitos nos fragmentos 20 e 21 os treinamentos são vistos como um meio de agregar novos conhecimentos, novas habilidades (VARGAS, 1996), desenvolvendo as pessoas nas organizações para melhorar o desempenho nas tarefas executadas (REIS; ESCRIVÃO, 2003).

Diante do exposto, foi possível perceber que, para compreender como as competências estão

sendo percebidas e adquiridas no setor hoteleiro é pertinente abordar diversos aspectos. Esses aspectos articulam as percepções levando os atores à mudanças de comportamentos e criação de novas posturas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, objetivou-se identificar quais as competências desenvolvidas durante a formação profissional e como estas atendem as exigências do mercado de trabalho no setor hoteleiro, numa percepção dos gestores e profissionais de turismo e hotelaria (formados ou em formação).

Os resultados evidenciam que as organizações hoteleiras trabalham, efetivamente, com esses profissionais, pois sabem de sua importância para o desenvolvimento, mas ainda mantêm vínculos fortes com percepções pessoais dos indivíduos em vez de sua formação. Por outro lado, é reconhecida, pelos profissionais, a importância das competências, relevantes tanto na formação do conhecimento, quanto na formação pessoal.

Foi possível identificar que as competências tidas como relevantes por esses profissionais são aquelas que condizem melhor com a função a ser ocupada, levando em consideração, na maior parte das vezes, atitudes e habilidades pessoais que, se atreladas aos conhecimentos, tornam-se proveitosas para a empresa, mas que não definem, no último caso, a contratação ou não.

O mercado está disposto a inserir profissionais bem qualificados, com requisitos abrangentes, principalmente naquelas funções atreladas ao atendimento direto ao público. Buscam, a princípio, funcionários que possam estabelecer vínculos de estágio, pela facilidade de mobilidade de cargos, baixos custos e como meio de indicação.

Ao analisar comparativamente as competências adquiridas pelos trabalhadores, gerentes e funcionários, pode-se perceber que, enquanto o primeiro grupo adquiriu competências relacionadas a conhecimentos (saber o que fazer e porque fazer) e habilidades (saber como fazer), o segundo grupo (o dos funcionários) adquiriu predominantemente habilidades técnicas e atitudes. Mesmo no ponto comum entre os dois grupos (aquisição de habilidades técnicas), os conhecimentos são diferenciados, uma vez que

o grupo dos gestores adquiriu conhecimentos técnicos relacionados ao exercício de atividades abstratas e de maior complexidade, enquanto que o conhecimento técnico assimilado pelos funcionários referiu-se a formas de fazer atividades rotineiras de manutenção do hotel.

Diante das considerações feitas neste estudo, foi possível concluir que as competências do tipo saber falar outros idiomas e ter um curso técnico específico para determinado cargo são as mais requeridas pelo setor hoteleiro. Já o modo como os trabalhadores adquirem essas competências está essencialmente ligadas ao ambiente de trabalho, o que implica a necessidade de se pensar a influência desse espaço sobre a socialização e assimilação de conhecimentos por parte dos trabalhadores, bem como se repensar como está ocorrendo a formação deste tipo de profissional e sua relação com a prática.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH. *Site Institucional*. Disponível em: < <http://www.abih.com.br> >. Acesso em: 08 dezembro 2008.

ALMEIDA, M. A. de. *Percepção de gestores e técnicos sobre o processo de gestão de competências em organizações no Brasil*. 2007. Disponível em: Acessado em 01 de novembro de 2009.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições, 1977.

CAMPOS, J. R. V. (org). *Estudo de viabilidade para projeto hoteleiro*. Campinas- SP: Papirus, 2003.

CARVALHO, M. A. *Educação superior em hotelaria: um exercício de aproximação das Diretrizes Curriculares Brasileiras à realidade do mercado de trabalho em São Paulo*. 2003. 180f. Dissertação (Mestrado Relações Públicas, Propaganda e Turismo). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

CASTELLI, G. *Excelência em Hotelaria: Uma Abordagem Prática*. Rio de Janeiro: QUALITYMARK, 2002.

_____. *Administração Hoteleira*. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

- CATRAMBY, T. C. V.; COSTA, S. R. R. da. Qualificação profissional em turismo como fator de competitividade do setor. *Caderno Virtual de Turismo*. Vol.4 Nº 3, 2004.
- COOPER, C; SHEPHERD, R; WESTAKE, J. *Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade*; (Traduzido por Rosemary N. S Dias; Cíntia K. Yokota, Laura M. Arnstein). São Paulo; Ed. Roca, 2001.
- COSH, A; DUNCAN, J; DUGHES, A. Investment in training and small firm growth and survival: an empirical analysis for the UK 1987-95. *DfEE Research Briefs, Research Report*, n 36, 1998.
- COSTA, S. R. R. da C. *Qualificação Profissional em Turismo como Fator de Competitividade do setor*. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/cadernoo/ojs/viewarticle.php?id=628&layout=abstract>. Acessado em 22 de maio de 2009.
- DIAS, G.B et al. Revisando a noção de competência na produção científica em administração: avanços e limites. In: Dultra, J. S; Fleury, M.T.L, Ruas, R. (orgs). *Competências: conceitos, métodos e técnicas*. – São Paulo: Atlas, 2008.
- DURAND. Forms of incompetence. In: Conference of Management of Competence, International Conference on Competence-Based Management, 4, 1998, Oslo. *Anais...* Oslo: 1998.
- DUTRA, J. S.. *Competências: Conceitos e Instrumentos para a Gestão de Pessoas na Empresa Moderna*. São Paulo. ATLAS, 2009.
- ECHTNER, C. M. Tourism education in developing nations a three pronged approach. *Tourism Recreation Research*, vol.XX n.2, p. 32-41, 1995
- EMBRATUR/MTUR. *Deliberação Normativa 429 – regulamento do sistema*.
- FARIA, A. M. R.; QUELHAS, O.L.G. A formação profissional e as políticas públicas de educação no Brasil. *Boletim Técnico Organização e Estratégia*, Niterói (RJ), v1, pp.16-34, 2005.
- FISCHER, A. L et al. Absorção do conceito de competência em gestão de pessoas: a percepção dos profissionais e as orientações adotadas pelas empresas. In: Dultra, J.S; Fleury, M.T.L, Ruas, R. (orgs). *Competências: conceitos, métodos e técnicas*. – São Paulo: Atlas, 2008.
- _____. *Um resgate conceitual e histórico dos modelos de gestão de pessoas*. Disponível em: http://www.conceptus.org/mate_disc/textos_pdf/contexto_historico.pdf. Acessado em 09 de novembro de 2009.
- FLEURY, A. FLEURY, M.T.L. *Estratégias Empresariais e Formação de Competências*. São Paulo: Atlas, 2001.
- FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. Construindo O Conceito De Competência. *Rev. Adm. Contemp.*, Curitiba, V. 5, N. Spe, 2001. Available From <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1415-65552001000500010&lng=en&nrm=iso>. Access On 01 november 2009. HTTP://DX.DOI.ORG/10.1590/S1415-65552001000500010.
- Le BOTERF, G. *Desenvolvendo a Competência dos Profissionais*. Porto Alegre: Artmed, 2003.
- LOCHA, M. L. M.; ASHLEY, P. A. Gestão por competências: um estudo e proposta de modelo alinhado à gestão do conhecimento e objetivos estratégicos organizacionais. *Anais...* IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói, RJ, Brasil, 31 de julho, 01 e 02 de agosto de 2008.
- MINAYO, M. C de S. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 26. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Brasília: MEC, 2008.
- PAIXAO, D. L. D. *Empregabilidade dos recursos humanos como fator estratégico para as empresas turísticas: o caso da hotelaria na cidade de Curitiba*. 2006.

- _____. Gestão de recursos humanos em empresas turísticas: a empregabilidade dos profissionais como fator estratégico de desenvolvimento dos hotéis de Curitiba/PR. *Anais... ANPTUR- IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 à 28 de agosto de 2007.*
- REIS, A. P. dos; ESCRIVÃO FILHO, E. Análise das barreiras à prática do treinamento na pequena empresa. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2004. *Anais... Curitiba: Enanpad, 20 a 24 de setembro de 2003, Atibaia-SP. CD-ROM.*
- RODRIGUES, C. P. *et al.* Perfil dos recursos humanos em hospedagem em duas cidades do interior de São Paulo. *Revista da FAE, Curitiba, v. 8 n. 2, jul/dez, 2005.*
- TEIXEIRA, R. M. Ensino superior em turismo e hotelaria no Brasil: um estudo exploratório. *Turismo e Análise, ECA/USP, v. 12, n. 2 nov. 2001. São Paulo.*
- _____; MORRISON, A. Desenvolvimento de empresários em empresas de pequeno porte do setor hoteleiro: processo de aprendizagem, competências e redes de relacionamento. *Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 8, n 1, Jan./Mar. 2004: 105-128.*
- TRIGO. L. G. G. *A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.* Campinas: Papirus, 1998.
- VARGAS, M. R. M. Treinamento e desenvolvimento: reflexões sobre seus métodos. *Revista de Administração, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 126-136, abr./jun. 1996.*
- VASCONCELOS, F. C. de. Estratégia Empresarial e Construção Social da Realidade: O Caso da Internet no Brasil. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração. Salvador (BA). *Anais... Salvador: Enanpad, 2002. pp.1-15.*
- VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração.* 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- WOOD JR., T.; PICARELLI FILHO. V. (Coords.). *Remuneração e carreira por habilidades e por competências: preparando a organização para a era das empresas de conhecimento intensivo.* 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 103-156
- ZARIFIAN, P. *Objetivo Competência: por uma nova lógica.* São Paulo: Atlas, 2001.
- _____. *O Modelo da Competência: trajetória histórica, desafios atuais e propostas.* São Paulo: SENAC SAO PAULO, 2003.

Recebido em 28 de fevereiro de 2013.

Aprovado, em sua versão final, em 23 de março 2013.

Avaliado anonimamente por pares.