



REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA EM TURISMO

**DIALOGANDO COM EXPERIÊNCIAS VIVENCIADAS EM
MARRAQUECH E AMERICA LATINA PARA COMPREENSÃO DO
TURISMO COMUNITÁRIO E SOLIDÁRIO**

***UNDERSTANDING COMMUNITY AND SOLIDARITY TOURISM:
A DIALOG WITH EXPERIENCES IN MARRAQUECH AND LATIN
AMERICA***

***DIALOGANDO CON EXPERIENCIAS VIVIDAS EN
MARRAQUECH Y AMÉRICA LATINA PARA LA COMPRENSIÓN
DEL TURISMO COMUNITARIO Y SOLIDARIO***

Carlos Alberto Cioce Sampaio¹

Luzia Neide Coriolano²

RESUMO: A discussão sobre turismo comunitário e solidário sugere reflexões a respeito das modalidades: turismo cultural, etnoturismo, ecoturismo e agroturismo, muitas vezes, apropriadas a lógicas darwinista de mercado e dinâmica capitalista, limitando a potencialidade de experiências turísticas à conservação de modos de vida de populações tradicionais. O objetivo deste trabalho é dialogar com experiências de cerimoniais de trocas mercantis vivenciadas em Marraquech, em dezembro de 2008, para compreensão do turismo comunitário e solidário que vem acontecendo na America Latina. O turismo em Marraquech é seccionado por uma muralha. Na Medina, dentro da muralha, o apelo sociocultural beribére e árabe predomina sob cerimonial mercantil único: "não se sabe bem ao certo ou 'nunca' se saberá se está fazendo ou não um bom negócio". Fora da muralha, o circuito sociocultural ocidentalizado prevalece em redes de hotéis, restaurantes e lojas internacionais conhecidas como "quanto mais caro, melhor deve ser!" O que faz refletir é o quanto os cerimoniais,

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

² Coordenadora do Mestrado Acadêmico em Geografia e do Laboratório de Estudos do Território e do Turismo (NETTUR) / Grupo de Estudos do CNPq Turismo Território e Cultura, Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: carlos.cioce@gmail.com

representados por modos de vida estão próximos ou distantes. Certamente a muralha física é bem menor do que o muro simbólico estabelecido entre aldeias: ocidental e comunitária, e entre o turismo convencional e de base local e solidária.

Palavras-Chave: Turismo comunitário e solidário. Modos de vida e de produção. Marraquech. America Latina.

ABSTRACT: Discussion on community tourism and solidarity tourism reflects on others such as: cultural tourism, ethnic tourism, ecotourism and rural tourism, many times expropriated by darwinian logics and capitalist dynamics which limit tourist experiences potentialities to the conservation of traditional ways of life. This article intends to dialog with commercial exchange ceremonies experienced in Marraquech in December 2008 to understand community and solidarity tourism in Latin America. Tourism in Marraquech is divided through a wall. Inside it, at the Medina, socio cultural beriberi and Arabian culture is predominant, under the only commercial ceremonial: *you never know if you are doing big deal*. Outside, west prone socio-cultural circuit is predominant, with hotel chains, restaurants and international shops known as *the more expensive, the best!* Reflection is made about the way ceremonies, turned into ways of life are similar or not. No doubt real wall is not as big as the symbolic wall between villages: western and communitarian, and between tourisms, conventional and solidarity local based one.

Key-words: Community and solidarity tourism. Ways of life and production. Marraquech. Latin America.

RESUMEN: La discusión sobre turismo comunitario y solidario sugiere reflexiones respecto a las modalidades de turismo cultural, turismo étnico, ecoturismo y agroturismo, muchas veces apropiadas a la lógica darwinista de mercado y a la dinámica capitalista, limitando la potencialidad de las experiencias turísticas a la conservación de modos de vida de poblaciones tradicionales. El objetivo de este trabajo es dialogar con experiencias de ceremonias de intercambios mercantiles vivenciadas en Marraquech en diciembre del 2008 para entender el turismo comunitario y solidario que está llevándose a cabo en América Latina. El turismo en Marraquech está dividido por una muralla. En la Medina, dentro de la muralla, predomina el apelo socio cultural berebere y el átabe, en un ceremonial mercantil único: *no se sabe muy bien o "nunca" se sabré si se está haciendo un buen negocio o no*. Fuera de la muralla, el circuito socio cultural occidentalizado prevalece, en redes de hoteles, restaurantes y tiendas internacionales conocidas como *cuanto más caro, mejor debe ser!*. Lo que mueve a reflexión es cuanto los ceremoniales, representados por modos de vida, están próximos o distantes. Ciertamente la muralla física es mucho más chica que el muro simbólico establecido entre las aldeas occidental y comunitaria y entre el turismo convencional y el de base local y solidaria.

Palavras-Chaves: Turismo comunitario y solidario. Modos de vida y producción. Marraquech. America Latina.

Introdução

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

O turismo comunitário é norteador de integração de atividades econômicas em vivência, serviços de hospedagem e de alimentação, o que a priori não o diferencia dos demais segmentos de turismo. A diferença está no entendimento da atividade turística como subsistema interconectado com outros subsistemas, educação, saúde e meio ambiente. Assim, o TCS é pensado como proposta de desenvolvimento territorial sustentável da comunidade, o que constitui forte característica desse segmento. Irving e Azevedo (2002) se referem ao TCS como "turismo sustentável", em que o desenvolvimento exige incorporação de princípios e valores éticos, uma forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, de implementação de projetos, em parceria, e participação. A "convivencialidade" entre população residente, nativos, domiciliados não residentes, migrantes, visitantes, ou turistas é característica do segmento.

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

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

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

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

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

Comunidade: resgatando o sentido do solidário

Grupos sociais, em pequenos espaços geográficos, cuja integração de pessoas entre si e com o lugar cria identidade forte de habitantes e territórios são entendidos como comunidades. Estudar comunidade faz-se necessário para compreensão desse segmento de turismo. Pequeno grupo de pessoas de modo próprio de ser e sentir, com as tradições religiosas, artísticas, passado histórico, costumes típicos, "estilo" de vida familiar e social, atividades produtivas, problemas e necessidade, aspirações; sobretudo com consciência de vida comum, dá idéia de comunidade. São membros de comunidade, não apenas por nela viverem, mas por participarem da vida local, na integração de elementos materiais, históricos, institucionais, psicológicos, afetivos. Contudo convivência e solidariedade do dia-a-dia são o elemento principal da comunidade, no que está a diferença da sociedade moderna, que prima pelo não reconhecimento e envolvimento nos problemas uns dos outros.

Comunidade e lugar têm o mesmo significado: lugar é conceito geográfico; comunidade remete à antropologia. Pela importância do lugar, Santos (2002, p. 314) afirma que "cada lugar é, à sua maneira, o mundo". É nele em que se vive; e todos diferentes por possuírem espaço geográfico, história, gente e cultura diferenciados. Compreender os elementos que singularizam lugares e, ao mesmo tempo, os aproximam dos demais significa encontrar significados e possibilidades. Bauman (2003) admite dificuldades da

vida em comunidade, na atualidade, dados os avanços da sociedade moderna, mas afirma que é o caminho que se deve reencontrar. Certamente as comunidades, na sociedade moderna, perdem características da Antiguidade, pois as circunstâncias mudaram brutalmente, daí Bauman (2003, p. 9) falar de comunidade como o paraíso perdido ou a ser encontrado:

Comunidade é uma dessas palavras que transmitem uma sensação boa: é bom "pertencer a uma comunidade", "estar em comunidade". Associamos a ela imagens de um lugar aconchegante, onde podemos nos refugiar das ameaças que nos espreitam "lá fora", e de um mundo no qual gostaríamos de viver, mas que infelizmente, não existe. Em outras palavras, "comunidade" é hoje um novo nome para o paraíso perdido - mas um paraíso que ainda procuramos, e que esperamos encontrar (BAUMAN, 2003, p. 9).

O autor admite "haver tensão entre comunidade e individualidade". O fato de, em comunidade, priorizar-se o grupo, o nosso, o coletivo, o entendimento compartilhado, o natural e o tácito leva a crença de que ela tira a liberdade individual, e, assim, quando a comunidade entra em colapso a identidade é inventada – comentam os autores (YOUNG, 1999; HOBBSAWM, 1994; BAUMAN, 2003). Individualidade é diferente de individualismo: este é atitude egocêntrica, personalista; e, aquela é essência de cada um. Não se pode anular a individualidade humana, nem em comunidade precisa ser negada. Na vivência comunitária, combate-se o individualismo. Os membros da comunidade entendem que a felicidade do indivíduo depende da felicidade de outros, e, a própria individualidade é pensada coletivamente, princípio da convivência (ILLICH, 1976). O sentimento negado, em vida societária é, às vezes, confundido com perda de liberdade, pois a sociedade moderna leva a maioria das pessoas ao isolamento e a não quererem ser incomodadas. Poucas sentem prazer em ajudar e se envolver na busca de soluções de problemas de seus pares.

A distinção entre comunidade antiga e moderna sociedade é que, na primeira, há entendimento compartilhado dos membros, "não um consenso, pois este é produto de negociações, disputa, contrariedade e murros ocasionais". (BAUMAN, 2003, p. 15). O entendimento comunitário não precisa

ser procurado e, muito menos, construído, pois é para ser usado, assim, os membros da comunidade se entendem muito bem, o que “precede todos os acordos e desacordos”, afirmam os autores. Certamente as comunidades do século XXI não conservam essas características na forma original: são indícios de busca de mudança de padrões da sociedade desumana, desigual e segregada. A análise de Bauman (2003, p.24) remete à preocupação com liberdade e segurança:

No entanto, em troca da segurança prometida, a vida em comunidade parece nos privar da liberdade, do direito de sermos nós mesmos. Segurança e liberdade são dois valores igualmente preciosos, que podem ser equilibrados, mas é pouco provável que sejam plenamente conciliados. A tensão entre eles - e entre comunidade e individualidade - dificilmente será desfeita.

A existência societária exige negação de comunidade, pois admite que tira liberdade e pensar coletivamente significa negar a liberdade do indivíduo, e, assim, em sociedade, vale o individualismo. A modernidade que aproxima lugares distancia relações humanas, levando alguns a viver mais o mundo virtual do que o real, a carregarem *pen drives*, *MP3/4 players*, estarem o tempo todo ocupados com computadores reduzindo contatos pessoais que são virtuais e em ciberespaços.

A comunidade transforma-se em algo abstrato, paraíso sonhado (o que oportuniza o turismo comunitário/solidário), fruto da imaginação humana, “não que se trate de um paraíso que habitemos, e que não está ao nosso alcance”, diz Bauman (2003, p. 9). Posteriormente, em meio às contradições e conflitos capitalistas, as comunidades resistem, mantêm-se e até ressurgem como experiências, passam a comunidades históricas e de espaços vividos duramente, posto que em conflitos com ideologias da sociedade burguesa, servindo de referência e estratégia de mudanças, na e para a sociedade capitalista. Há contradição. Afirma Hobsbawm (1994) que a palavra comunidade nunca foi utilizada de modo mais indiscriminado e vazio que nas últimas décadas, em que as comunidades, no sentido sociológico, são difíceis de encontrar na vida real. Assim, para muitos, apelar para comunidade faz-se

modismo. Usam-se para definir agrupamentos, os mais variados possíveis, com objetivos diversos também, desde profissionais, com vistas ao lucro, a amigos do *Orkut*, muitas vezes, afastando-se do significado real e do conteúdo original.

Territórios e modos de vida

Estratégias de trabalho, de viver e de comunicação social viabilizam modos de vida, apesar das desvantagens históricas e tecnológicas, frente à globalização em que estes lugares se encontram. As comunidades tradicionais são definidas por critérios geográficos - território isolado -, culturais - compartilhando costumes, usos e tradições, hábitos -, ou por funções socioeconômicas - variando por modos de produção e distribuição (BARRETO, 2004; GEERTZ, 1989). Comunidades e modos de vida se confundem e se identificam como práticas extrativistas, pesqueiras artesanais, de jangadeiros, ribeirinhos, pequenos agricultores familiares, faxinalenses, indígenas, quilombolas e caiçaras. Espaços, mesmo não descaracterizados pela hegemonia das sociedades urbanas industriais, identificados como comunidades tradicionais conservam padrões de subsistência, valores e costumes que possibilita encontrar, nesse âmbito, o principal atrativo do turismo comunitário, a convivência de inspiração solidária, característica exótica ao modo de vida materialista-consumista.

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

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

O turismo comunitário tem a demanda de visitantes conscientes - estudantes, professores, pesquisadores e simpatizantes do tema para contato com práticas de preservação da natureza (sistemas ecológicos) e, ao mesmo tempo, de conservação de modos de vida tradicionais (sistemas sociais). Para vivenciar a dimensão espaço-tempo, regulada pelo sol, pela lua e pelas chuvas, enfim, pelas estações do ano. O relógio de pulso do visitante, não regulado pelo ciclo natural do modo de vida conectado com a natureza, é percebido pelos visitantes. Experiências desse tipo são incentivadas e viabilizadas por Organizações Não-Governamentais (ONGs), como o Instituto LaGOE (Curitiba, Paraná), AGRECO (Santa Rosa de Lima, Santa Catarina), Instituto Terramar (Ceará), para o turismo a baixo custo, oportunidades de trabalho nas comunidades, monitorado como zona de laboratório, em redes de ajuda que articulam esforços de atendimento de demandas comunitárias e, ao mesmo tempo, estreitam laços entre residentes e visitantes (McGEHEE, 2002; SAMPAIO *et al.*, 2007a; 2007b; 2007c). Há que se destacar que o contato com visitantes estrangeiros fortalece ainda mais os laços com a população visitada, o que

contribui para que os encontros interpessoais minimizem ou desfaçam preconceitos entre culturas e povos visitados (PEARCE, 2002).

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

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

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

predominância da cultura ocidental homogênea é equívoco sobre tais argumentos.

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

Arranjo socioprodutivo de base comunitária

Enquanto o Turismo Comunitário e Solidário (TCS) potencializa modos de vida tradicionais, arranjo socioprodutivo e político de base comunitária (APL.Com) oportuniza modos de produção artesanais. O APL.Com se origina das denominações arranjo produtivo local (APL) e arranjo institucional (AI). APL é sinônimo do termo anglo-saxão *cluster*, tema tratado nas áreas da economia industrial e da geografia econômica, enfatizando a perspectiva socioprodutiva. AI é explorado nas ciências políticas e no planejamento do desenvolvimento regional, realçando a perspectiva sociopolítica.

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

Estado Espanhol, é considerado a maior experiência de corporação cooperativa multissetorial do mundo, compreendendo um grupo industrial (metalúrgicas, empresas de bens de consumo ...), de distribuição (hipermercados, agências de viagem ...), de conhecimento (universidade, institutos de pesquisa ...) e financeiro (banco, seguridade social ...), além de seus desdobramentos e de suas imbricações. É o sétimo maior grupo privado empresarial espanhol, com cerca de 100.000 trabalhadores (muitos deles cooperados), tendo renda percapita e índice de desenvolvimento humano mais elevados do que a média dos países da União Européia (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009).

Os aprendizados de Mondragón remetem às adaptações para pensar os APLCs: *holding* cooperativa que assessora iniciativas de desenvolvimento de novos socioempreendimentos e presta serviços técnico, jurídico ou financeiro; congresso associativo que discute, de tempo em tempo, a visão institucional da experiência; banco de microcrédito, bem como sistema de assistência e previdência social próprio; organizações que se estruturam como sistema setorial (artesanato ou turismo comunitário) ou por laços territoriais (microbacia ou comunidades), por encadeamentos verticais e horizontais; fundos intercooperativos com finalidade primordial de garantir partilha homogênea e solidária de benefícios na realização de projetos individuais e coletivos de socioempreendimentos (experiência da Prainha do Canto Verde); parcerias com instituições de ensino (convênios com escolas e universidades), pesquisa e desenvolvimento e inovação (universidades) (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009).

O desafio do APLC é criar e manter gestão participativa corporativa sob signo de identidade que gere sentimento de pertencimento e facilite a intercooperação e se expanda à identidade cooperativa no plano político-institucional e na gestão organizacional. Assim, é imprescindível que tal estilo inicie desde os órgãos de governança até a gerência, considerando que a participação qualifica melhor a tomada de decisão, sem correr riscos do assembleísmo e media a tensão entre associados. Assembleísmo se refere ao mesmo conceito em castelhano *sobredemocracia*: as pessoas falam muito e

decidem pouco. Consequência esta por não seguirem uma metodologia que facilite a tomada de decisão (SAMPAIO, AZKARRAGA, ALTUNA, 2009).

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

Comércio justo, solidário e sustentável

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

O Comercio Justo e Solidário entende-se como diálogo com economias. Sabe-se do risco de reducionismo de economias entre economia de mercado e solidária. Contudo a opção escolhe-se pelo caráter didático dado a esse *paper*, sobretudo quando se trata de ideologias, visões, posições e práticas pelo que, muitas vezes, simpatizantes se digladiam nas mais diferentes instâncias, entre

elas, políticas públicas, mercado, universidades e ativismo social. Faz o comércio justo ser possível, os antagonismos, entre as correntes, potencializarem o que cada uma pode oferecer como aprendizado e refletir sobre possíveis complementaridades: eficiência na alocação de recursos e a inserção da solidariedade na tomada de decisão.

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

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

É importante lembrar que os primeiros sistemas de produção e distribuição tiveram, como princípio, a domesticidade, originando outros comportamentos, não associados basicamente à economia, como se conhece atualmente, reciprocidade e redistribuição. O princípio da reciprocidade utiliza-se principalmente na comunidade, isto é, família, parentes e vizinhança. A redistribuição é de lideranças territoriais, típicas do feudalismo, com a função de regular. Entretanto a figura de aristocrata, próprio de monarquias ou

burocratas, despotismos centralizados utilizavam-se da redistribuição como forma de aumentar o poder político (POLANY, 2000; WEBER, 1999).

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

Experiência sobre cerimoniais de trocas mercantis vivenciados em Marraquech

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

Sua povoação é milenar, tradicionalmente, beribéris, com invasões romanas, no século I dc e de árabes (muçulmanos) no século VII. Além do protetorado de 40 anos franco (mais ao Sul) espanhol (mais ao Norte) que prevaleceu antes da independência, na ocasião do término da Segunda Grande Guerra Mundial, prevalece ainda sob o domínio dos circuitos socioculturais

ocidentais. Nesse contexto, a população tradicional berebéres e árabes têm desvantagens socio-históricas frente ao modo de vida ocidental.

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

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

Os curtumes são reconhecidos como um dos principais atrativos do modo de vida e de produção das populações beribéres e árabes, afastados dos pontos centrais de comercialização, com produtos em lojas de fábrica, bem como de lojas do mercado turístico. Além de práticas de medicina alternativa praticadas pelos povos beribéres a partir de ervas naturais.

Nas lojas de fábrica, o cerimonial mercantil inicia com representantes articulados da cadeia produtiva do couro, desnorteando os visitantes-consumidores. A experiência é singular e dependendo do grau de consciência do visitante sobre a diversidade cultural (ou seja, para além da lógica ocidental) e modos de vida que historicamente em desvantagem.

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

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

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

No entanto, no cerimonial beribéri-árabe, o preço inicial exorbitante representa subsídio pelas desvantagens históricas de modos de vida, e o grau maior ou menor de barganha, quanto cada consumidor se dispõe financiar tal desvantagem. Por outro lado, não é surpreendente imaginar que houvesse pouca barganha por longo tempo para melhor fazê-lo. Isto é, o visitante ocidental não tem tempo a perder, pois quer comprar o que puder.

Não se tem bem ao certo se a Muralha física é maior ou menor do que o muro simbólico entre aldeias: ocidental (valor de troca prevalece sobre o valor de uso) e comunitária-artesanal (valor de uso prevalece sobre o valor de troca). Chama atenção uma das motivações para escrever esse *paper*, o que

pode potencialmente se transformar em atrativo do turismo comunitário e solidário, é que a vivência de comercialização no cerimonial árabe e beribéri, relega-se como prática primitiva e de assédio ou coação contra o visitante, como se o mundo devesse funcionar sob a lógica ocidentalizada.

Considerações finais

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

Os projetos de turismo comunitário, na America Latina, quase sempre contam com o apoio institucional de Organizações não Governamentais, universidades, países de democracias políticas, contudo, não são exemplos de democracia econômica, isto é: países que apresentam problemas de redistribuição de renda e baixa escolaridade. Na África, na maioria dos casos, não se tem democracia política, muito menos, democracia econômica.

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

No caso específico do curtume, a produção artesanal de sobrevivência diante da economia de mercado hegemônica, vale-se de rede arquitetada entre o arranjo produtivo local, induzindo propositadamente turistas nos pontos de venda, o que depõe sobre prática instrumentalizada, sem diferir da

lógica darwinista da economia de mercado. Diante da intermediação espúria de comerciantes bem estabelecidos, com pontos de venda mais bem localizados, produtores artesanais utilizam-se de troca ou de assédio para comercializar os produtos.

O turismo comunitário e solidário não se confunde como mera política de geração de trabalho e renda, como quando se criam segmentos de turismo cultural, etnoturismo, ecoturismo e agroturismo em territórios desfavorecidos pela falta de ações (sociedade civil) e de políticas públicas (Estado) que privilegiem o desenvolvimento territorial sustentável. Isto é, que possibilitem a diversidade cultural em estilos de vida que respeitem as dinâmicas ecossistêmicas, originariamente biofísicas, e eco socioeconômicas e sociopolíticas.

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

Referências

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

BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

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

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

CORIOLANO, L. N.; SAMPAIO, C. A. C. Pensando o turismo comunitário e solidário. IN: X SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, **Curitiba. Anais...**, Curitiba: UNICEMP, 2008.

CORIOLANO, L. N.; LIMA, L. C. (Org.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

- DIEGUES, A. C. S. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, NAPPHAU/USP: 2000.
- FOLHA de São Paulo. **Atlas mundial**. São Paulo: Folha da Manhã, 1988.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GREENWOOD, D. Cultural authenticity. **Cultural Survival Quarterly**, v. 6, n. 3, p. 27-28, 1982.
- GRÜNEWALD, R. A. Tourism and cultural revival. **Annals of Tourism Research**. v. 29, n. 4, p. 1004-1021, 2002.
- GRÜNEWALD, R. A. Turismo e etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 20, out., p.141-159, 2003.
- HIRSCHMAN, A. **As paixões e os interesses**: argumentos políticos a favor do capitalismo antes do seu triunfo. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- HUBERMAN, L. **História da riqueza do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- HOBBSAWM, E. **The ege of extremes**. Londres: M. Joseph, 1994.
- ILLICH, I. **A convivencialidade**. Lisboa: Europa-América, 1976.
- IRVING, M.; AZEVEDO, J. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.
- KIM, S. S.; TIMOTHY, D. J.; HAN, H. Tourism and political ideologies: a case of tourism in North Korea. **Tourism Management**, v. 28, p. 1031-1043, 2006.
- MARRUECOS: **Guías TresD**. Madrid: Grupo Anaya, 2007.
- MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- MCGEHEE, N. G. Alternative tourism and social movements. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n. 1, p. 124-143, 2002.
- MERCER, D. A difícil relação entre o turismo e a população nativa. In: THEOBALD, W. F. (Org.). **Turismo global**. São Paulo: Senac, 2002.
- NASH, D. **Antropology of tourism**. New York: Pergamon, 1996.
- PEARCE, P. A relação entre residentes e turistas: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão. In: THEOBALD, W. F. (Org.). **Turismo global**. São Paulo: Senac, 2002.
- POLANY, K. **A Grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- SAMPAIO, C. A. C. **Gestão que privilegia uma outra economia**: ecossocioeconomia das organizações. Blumenau: EDIFURB, 2009. prelo
- SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano**: princípios para se pensar a socioeconomia. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2005.
- SAMPAIO, C. A. C. El turismo como fenómeno histórico. **Estudios y Perspectivas del Turismo**, v.13, p. 290-300, 2004.
- SAMPAIO, C. A. C., AZKARRAGA ETXEGIBEL, J.; ALTUNA GABILONDO, L. **Pensando la experiencia de cooperativismo de Mondragón bajo la mirada de la ecossocioeconomía de las organizaciones**. *Mondragón Bilduma: Economía Social y Cooperativismo* (Universidad de Mondagón), 2009. [no prelo].

SAMPAIO, C. A. C., CARVALHO, F. K. A., ZECHENER, T. C.. Encontro comunitário de trocas: uma experiência solidária na micro-bacia do Rio Sagrado, Morretes, Paraná In: Seminário Internacional de Turismo: Ecoturismo e Turismo, 2007, Curitiba (PR). **Anais....** Curitiba (PR): Editora UNICENP, 2007a.

SAMPAIO, C. A. C., CARVALHO, M. B., ALMEIDA, F. H. R. Turismo comunitário: projeto piloto montanha beija-flor dourado em uma zona laboratório de educação para o ecodesenvolvimento In: Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), 2007, João Pessoa (PB). **Anais ...**, João Pessoa (PB): UFPB, 2007b.

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

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

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

SANTOS. M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo-razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2002.

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

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

YOUNG, J. **The exclusive society**. Londres: Sage, 1999.