



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA

GISELLE CASTRO DE ASSIS

TURISMO COMUNITÁRIO COMO SISTEMA DE DÁDIVAS NA AMAZÔNIA:
uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e
Coroca, Santarém, PA.

Belém
2021

GISELLE CASTRO DE ASSIS

TURISMO COMUNITÁRIO COMO SISTEMA DE DÁDIVAS NA AMAZÔNIA:
uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e
Coroca, Santarém, PA.

Tese apresentada à Universidade Federal do Pará e ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, para obtenção de título de Doutora em Sociologia e Antropologia.

Área de Concentração: Antropologia

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Corrêa D. Peixoto

Belém
2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a)
autor(a)

C355t Castro de Assis, Giselle.
TURISMO COMUNITÁRIO COMO SISTEMA DE
DÁDIVAS NA AMAZÔNIA: uma aliança entre reciprocidade e
autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca,
Santarém, PA. / Giselle Castro de Assis. — 2021.
295 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Rodrigo Corrêa D. Peixoto
Corrêa D. Peixoto
Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Pará,
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-
Graduação em Sociologia e Antropologia, Belém, 2021.

1. Turismo Comunitário. 2. Dádiva. 3. Autonomia. 4.
Reciprocidade. 5. Populações Locais. I. Título.

CDD 215.72

GISELLE CASTRO DE ASSIS

TURISMO COMUNITÁRIO COMO SISTEMA DE DÁDIVAS NA AMAZÔNIA:
uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e
Coroca, Santarém, PA.

Tese apresentada à Universidade Federal do Pará e ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, como parte das exigências do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, para obtenção de título de Doutora em Sociologia e Antropologia.
Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Corrêa D. Peixoto

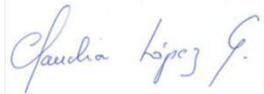
Data da avaliação: 23.06.2021

Conceito: Aprovado.

Banca Examinadora:



Prof. Dr. Rodrigo Corrêa D. Peixoto
(IFCH/PPGSA/UFPA – Orientador)



Profa. Dra. Claudia Leonor López Garcés
(IFCH/PPGSA/UFPA - Examinadora interna 1)



Profa. Dra. Denise Machado Cardoso
(IFCH/PPGSA/UFPA - Examinadora interna 2)



Profa. Dra. Marta de Azevedo Irving
(PPGPCE/EICOS/IP/UF RJ - Examinadora externa 1)



Prof. Dr. Reinaldo Matias Fleuri
(PPGICH/UFSC - Examinador externo 2)



Prof. Dr. Raul Ivan Raiol de Campos
FACTUR/ICSA/UFPA

Prof. Dr. Raul Ivan Raiol de Campos
(Faculdade de Turismo/UFPA - Examinador externo 3)

Dedico essa obra às duas dádivas da minha vida: Olga e Gabriel. A primeira, refere-se ao *mana* de ser filha, que envolve a gênese de toda a força que me sustenta na base material da vida. O segundo, refere-se ao *mana* de ser mãe, que é a expressão mais sublime do ato de doar-se, de ser dádiva na vida de *outrem*.

AGRADECIMENTOS

À inteligência suprema do universo: *Deus!* Sem a sua morada em minha consciência, eu jamais teria trilhado essa longa jornada de aprimoramento pessoal, intelectual e profissional. Sem dúvida, Ele foi o meu *protetor*, minha *fonte inspiradora*, e meu *abrigo* nos momentos de maior desafio nessa caminhada, que foram muitos. Entretanto, as adversidades que surgiram ao longo do ciclo do doutoramento não foram mais fortes que minha vontade e coragem para superá-las e, seguir adiante, pois tenho fé que o amor do Pai habita em cada um dos seus filhos, concedendo-lhes o *poder* para encontrar todas as soluções para quaisquer dificuldades da vida.

Portanto, muito mais do que uma pós-graduação, a finalização do doutorado representa uma *formação* para vivenciar, com mais habilidade e sabedoria, a escola da vida, pois os *encontros genuínos* estabelecidos na pesquisa de campo ensinaram-me que todos os valores morais que se destacam em uma estrutura social, emanam da humanidade presente em cada indivíduo, e dos sentimentos construídos em suas relações. Assim, foi pela oportunidade da pesquisa acadêmica de enxergar o *outro*, e toda a sua complexidade social, que ousei afirmar que o doutoramento em ciências sociais me proporcionou uma formação integral e holística, com um olhar ampliado sobre as dádivas concebidas pela ação humana.

Por tudo isso, meus pensamentos e sentimentos ao meu Pai são de imensurável *gratidão!*

À minha mãe Olga, por me incentivar a seguir os meus sonhos; por ser uma mulher forte e corajosa, que ensina os seus filhos a lutar por seus objetivos; por ter vivido essa jornada acadêmica junto comigo, alegrando-se com minhas conquistas, fortalecendo-me nas dificuldades, mas, sobretudo, cuidando do meu tesouro (filho) nas inúmeras ausências exigidas pelo estudo.

Ao meu filho Gabriel, por sua compreensão, paciência e resiliência em diversas situações que não pôde desfrutar de minha companhia. Por ser uma pessoa amorosa e generosa, que me ensina diariamente o poder da amabilidade na relação com o próximo.

Ao meu irmão Gilvandro e minha cunhada Verena, pelo incentivo, apoio, e pelos diversos momentos que estiveram presente na vida do meu tesouro, proporcionando-lhe passeios, diversão e um ambiente familiar acolhedor, tão importantes para o seu bem-estar em minhas ausências.

À Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará, por ter permitido meu afastamento oficial das funções laborais em tempo integral, o que me proporcionou dedicação exclusiva ao doutorado.

Ao meu orientador, prof. Dr. Rodrigo Corrêa D. Peixoto, pela atenção e cuidado em ouvir minhas inquietações de pesquisa quando eu era somente uma aluna especial do PPGSA/UFGA, e por me apresentar as comunidades ribeirinhas do oeste paraense como um potencial objeto empírico de pesquisa. Por ser um professor que me ensinou a importância da *empatia* e *respeito* pelo outro, ao acolher meus incontáveis questionamentos teóricos, próprios de uma estudante *estrangeira* nas Ciências Sociais. Agradeço imensamente pelo empenho na busca do meu melhor, orientando-me sobre as possibilidades de agregar a teoria antropológica ao meu conhecimento acadêmico e profissional sobre o turismo, de forma que essa tese se transforme em um instrumento para descortinar novas searas de trabalho na pesquisa e extensão universitárias. Certamente, essa tese é resultado de uma parceria exitosa construída por muitos encontros de *dádivas*.

À profa. Dra. Guaciara Barbosa de Freitas, por seu apoio na candidatura ao PPGSA/UFGA; pelas orientações na coleta de dados em janeiro de 2017, e pelo direcionamento de recursos do projeto "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014, para financiar parte da coleta de dados em campo.

Ao prof. Dr. Raul Ivan Raiol de Campos, pela amizade, gentileza, conhecimentos transmitidos, busca e empréstimos de diversas obras acadêmicas, mas, sobretudo pela paciência em ouvir minhas dúvidas, relatos do campo, argumentações teóricas ainda em construção, e por meio dessas trocas valiosas, me sinalizar teorias que se encaixavam nas análises que eu almejava desenvolver. Nossos diálogos foram de extrema relevância para que eu pudesse construir uma aliança adequada entre teoria e empiria. Gratidão por essa dádiva.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGSA) da Universidade Federal do Pará, pela acolhida e ricas trocas acadêmicas, em especial à profa. Dra. Carmem Izabel Rodrigues e à profa. Dra. Claudia Leonor

López Garcés por terem conduzido a formação em teoria antropológica ao longo de três disciplinas. Certamente, foi esse estudo direcionado com maestria pelas professoras que facilitou minha imersão na teoria antropológica, e despertou meu interesse em conhecer mais sobre essa área do saber.

À profa. Dra. Voyner Ravena Cañete, pelo acolhimento, alegria, conhecimentos transmitidos, e diversas trocas acadêmicas empreendidas no curso dessa jornada doutoral.

Aos colegas da turma 2016, pelos debates profícuos, aprendizados compartilhados e parcerias construídas ao longo de mais de dois anos de disciplinas cursadas. Um especial agradecimento às parceiras também *estrangeiras* Avelina Castro e Shirley Penaforte pela amizade, trocas acadêmicas e risadas, que conferiram leveza aos nossos momentos de *estranhamento* nessa área do saber.

Aos moradores das comunidades tradicionais ribeirinhas de Anã e Coroca, por me permitirem adentrar seus territórios, compartilhar de suas dinâmicas sociais, e observar os fluxos turísticos. Suas colaborações são a *base* dessa tese, sem as quais nada disso seria possível.

À Maria Nilda Guimarães Pereira e Odinaldo dos Santos Pereira por me receberem em sua casa com muito carinho e gentileza, desempenhando o papel de meus anfitriões em Coroca. Por também serem incansáveis em atender e responder aos meus diversos questionamentos ao longo dos dias intensos que passei na comunidade. Vocês ensinaram-me muito, especialmente sobre a riqueza e a beleza da interação com a diversidade da natureza que os cerca.

À Reginalva Godinho e Antônio W. S. Cardoso por me acolherem em Anã com muita alegria e disponibilidade, oferecendo-me o seu lar como abrigo para aprofundar a observação no microcosmo comunitário. Vocês contribuíram imensamente para aprimorar meu olhar sobre a relação do turismo com a comunidade. Um especial agradecimento à filha desse casal, Ingrid Godinho, por ter sido minha anfitriã em Santarém, e por estabelecer contatos importantes para a realização de entrevistas e diálogos com pessoas residentes no município.

Aos turistas que colaboraram de boa vontade com a pesquisa realizada para identificar seu perfil.

Gratidão a todos que contribuíram de forma direta e indireta para que esse projeto de vida fosse construído e finalizado. Que as trocas, que se constituem em

dádivas verdadeiras, possam ser uma constante em nossa caminhada pessoal e profissional!

“Se coisas são dadas e retribuídas, é porque se dão e se retribuem “respeitos” – podemos dizer igualmente “cortesias”. Mas é também porque as pessoas se dão ao dar, e, se as pessoas se dão, é porque se “devem” – elas e seus bens – aos outros”.

(Mauss, 2017)

RESUMO

Essa investigação analisou como se estruturam as relações sociais tecidas entre os agentes sociais endógenos das comunidades Anã e Coroca (Santarém/Pa), e as relações que eles estabelecem com agentes exógenos para a oferta do turismo, com a finalidade de identificar a função da autonomia comunitária em iniciativas turísticas protagonizadas por populações locais. A pesquisa de campo foi orientada pelos pressupostos da etnografia antropológica, em três períodos diferentes de imersão nos microcosmos das comunidades, e no macrocosmo formado por Santarém e Alter do Chão. O caminho metodológico de análise dos dados foi construído a partir da concepção de Lanna (2000) sobre a “etnografia da troca”. O campo mostrou que o turismo institui relações de troca de dádivas ambivalentes (econômicas/simbólicas) entre os agentes sociais internos e desses com agentes externos às comunidades. Esse intercâmbio relacional de dádivas cria uma estrutura de rede social interdependente, sem a qual a experiência de turismo não acontece na comunidade. Ao promover a conexão do microcosmo com o macrocosmo, o turismo gera alianças e sociabilidades de forma sistêmica e complexa, pois existe entre esses ambientes uma dependência recíproca. Portanto, em ambientes sociais que promovam a troca de bens e de sua espiritualidade de forma ambivalente, o turismo pode ser compreendido como uma dádiva e, a dinâmica relacional que ele produz, como um sistema de dádivas. A compreensão da dinâmica dessas relações sociais me permitiu inferir que o turismo comunitário produz um “fato social total” na concepção de Mauss (2017). A observação detalhada das iniciativas turísticas de Anã e Coroca revelou que, embora ambas sejam chamadas por turismo de base comunitária (TBC), a base *comunitária ou endógena*, está ativa, no momento, somente em Coroca. Isso porque, essa comunidade opera suas ações coletivas por meio da reciprocidade. Como a estrutura social que sustenta a autonomia de uma comunidade de processos de dependência, tutela e dominação de agentes externos, a reciprocidade é a responsável por promover a autogestão dos interesses coletivos, como o turismo. Ao identificar a aliança entre reciprocidade e autonomia no microcosmo de Coroca, e sua ausência no microcosmo de Anã, compreendi a função da autonomia, e sua relevância como característica balizadora para reconhecer iniciativas de turismo comunitário, pois não há como referir o protagonismo de uma população local na gestão do turismo se ela não é livre para

escolher; se não é plenamente capaz de tomar decisões em todos os processos que envolvem a operação turística, os quais ocorrem tanto no seu ambiente endógeno (o comunitário), quanto no exógeno (mercado de viagens). Acredito que a autogestão do turismo comunitário é um caminho possível, desde que as populações locais tenham acesso ao conhecimento e formação técnica para autogerir-se de forma integrada entre suas demandas comunitárias, e as expectativas do mercado de viagens.

Palavras-chave: turismo comunitário; dádiva; autonomia; reciprocidade; etnografia das trocas; populações locais.

ABSTRACT

This investigation analyzed how the social relations woven between the endogenous social agents of the Anã and Coroca communities (Santarém / PA) are structured, and the relationships they establish with exogenous agents for the tourism offer, in order to identify the function of autonomy community in tourist initiatives led by local populations. The field research was guided by the assumptions of anthropological ethnography, in three different periods of immersion in the communities microcosms and macrocosm formed by Santarém and Alter do Chão. The methodological way of data analysis was built from the conception of Lanna (2000) on the “ethnography of exchange”. The field showed that tourism establishes relations of exchange of ambivalent gifts (economic / symbolic) between internal social agents and those with agents external to the communities. This relational exchange of gifts creates an interdependent social network structure, without which the experience of tourism does not happen in the community. By promoting the connection of the microcosm with the macrocosm, tourism generates alliances and sociability in a systemic and complex way, as there is a reciprocal dependence between these environments. Therefore, in social environments that promote the exchange of goods and their spirituality in an ambivalent way, tourism can be understood as a gift and, the relational dynamics that it produces, as a gift system. The understanding of the dynamics of these social relations allowed me to infer that community tourism produces a “total social fact” in the conception of Mauss (2017). Detailed observation of the tourist initiatives in Anã and Coroca revealed that, although both are called community-based tourism (TBC), the community or endogenous base is currently active only in Coroca. This is because this community operates its collective actions through reciprocity. As the social structure that sustains the autonomy of a community of dependence, tutelage and domination processes by external agents, reciprocity is responsible for promoting the self-management of collective interests, such as tourism. When identifying the alliance between reciprocity and autonomy in the microcosm of Coroca and its absence in the microcosm of Anã, I understood the function of autonomy and its relevance as a guiding characteristic for recognizing community tourism initiatives, as there is no way to mention the role of a local population in tourism management, if it is not free to choose; if it is not fully capable of making decisions in all the processes that involve the tourism operation, which

occur both in its endogenous environment (the community), as well as in the exogenous environment (travel market). I believe that self-management of community tourism is a possible way, as long as local populations have access to knowledge and technical training to self-manage in an integrated manner between their community demands and the expectations of the travel market.

Keywords: community tourism; gift; autonomy; reciprocity; ethnography of exchanges; local populations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Reserva Extrativista (RESEX) Tapajós-Arapiuns	75
Figura 2 – Placa indicativa da RESEX na comunidade Anã	75
Figura 3 – Barco Pereira Neto da comunidade Anã	76
Figura 4 – Porto de Santarém	77
Figura 5 – Estrutura do barco regional para atar redes	77
Figura 6 – Desembarque no rio Arapiuns, em Anã	78
Figura 7 – Porto de Anã	79
Figura 8 – Rua principal da comunidade Anã, Av. Ivo Godinho	79
Figura 9 – Mapa da área territorial da comunidade Anã	80
Figura 10 – Casa da Maria Odila Godinho e o caminho para o empreendimento turístico de Anã	80
Figura 11 – Escola Municipal de Ensino Fundamental Nossa Senhora de Fátima...	87
Figura 12 – Estrutura interna do posto de saúde	89
Figura 13 – Área externa do centro comunitário	89
Figura 14 – Área interna do centro comunitário	90
Figura 15 – Equipamentos localizados na área interna do telecentro	90
Figura 16 – Área externa do telecentro comunitário	91
Figura 17 – Imagem de identificação de aquisição de equipamentos	91
Figura 18 – Vista da praia a partir do mirante da Hospedaria Paraíso do Anã	99
Figura 19 – Vista da praia a partir do centro da comunidade Anã	99
Figura 20 – Vista do lago de criação de tambaqui em tanque-rede	100
Figura 21 – Exposição da melgueira, dos instrumentos de degustação do mel e da embalagem em palha de tucumã	106
Figura 22 – Vista externa da maloca-redário	109
Figura 23 – Vista interna da maloca-redário	109
Figura 24 – Disposição das unidades privativas dos banheiros de uso comum.....	110
Figura 25 – Áreas de convivência da Hospedaria Paraíso do Anã	111
Figura 26 – Vista parcial da cozinhada Hospedaria Paraíso do Anã	112
Figura 27 – Placas solares da Hospedaria Paraíso do Anã	112
Figura 28 – Escola Nossa Senhora do Rosário, na comunidade Coroca.....	130
Figura 29 – Igreja Católica e o barracão comunitário do lado direito	130
Figura 30 – Barracão comunitário	131

Figura 31 – Brinquedos de uso coletivo para crianças da comunidade	131
Figura 32 – Lojinha do artesanato de Coroca	140
Figura 33 – Banner apresentando a comunidade Coroca	140
Figura 34 – Banner sobre um projeto de identidade visual para o artesanato local	141
Figura 35 – Banner sobre a produção local de mel	141
Figura 36 – Livro de assinatura de visitantes com o registro de 2015	142
Figura 37 – Livro de assinatura de visitantes com o registro da origem Internacional	142
Figura 38 – Lago onde habitam as tartarugas da Amazônia	144
Figura 39 – Visitantes esperando o aparecimento das tartarugas	145
Figura 40 – Contemplação das tartarugas da Amazônia	145
Figura 41 – Caixa coletora de mel	147
Figura 42 – Exposição do artesanato na Lojinha	147
Figura 43 – Visitantes observando o artesanato	148
Figura 44 – Guia do tucumã secando ao sol	152
Figura 45 – Açafraão retirado da terra	152
Figura 46 – Fervura da palha	153
Figura 47 – Palha tingida com mangarataia	153
Figura 48 – Fruteira em palha de tucumã	154
Figura 49 – Banheiros e salão do restaurante comunitário	156
Figura 50 – Lixeira em palha de tucumã exposta no restaurante comunitário	157
Figura 51 – Vista do rio Arapiuns a partir do restaurante comunitário	157
Figura 52 – Barco ancorado no rio Arapiuns, para desembarque na Comunidade Coroca	158
Figura 53 – Caminho entre a lojinha e o restaurante comunitário totalmente livre de lixo	158
Figura 54 – Placa indicativa 1	159
Figura 55 – Placa indicativa 2	159
Figura 56 – Placa indicativa 3	159
Figura 57 – Placa indicativa 4	159
Figura 58 – Placa indicativa 5	159
Figura 59 – Casa Coroca	161
Figura 60 – Vista do rio Arapiuns a partir da Casa Coroca	162

Figura 61 – Área comunitária limpa	163
Figura 62 – Casa de hospedagem do empreendimento Eco Viva Amazônia	165
Figura 63 – Cozinha do empreendimento	165
Figura 64 – Caminho de seixo que leva o visitante até a praia	166
Figura 65 – Maloca-redário do empreendimento	166
Figura 66 – Modelo Sistêmico Complexo do Turismo	186
Figura 67 – Sistema do Turismo Comunitário	189
Figura 68 – Fator de estabilidade do TC	216
Figura 69 – Rede Social do Turismo Comunitário	237
Figura 70 – Infográfico sobre Plano de Gestão Endógena do TC	265
Figura 71 – Verso do Infográfico	266

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Características demográficas: idade, sexo, estado civil, Alter do Chão, julho/2019.....	58
Tabela 2 – Renda dos turistas, segundo faixa de renda limitada por quantidade de salários-mínimos, Alter do Chão, julho/2019.....	61
Tabela 3 – Idade dos moradores da comunidade Anã.....	82
Tabela 4 – Motivo apresentado pelas famílias para não trabalhar com o turismo na comunidade.....	86
Tabela 5 – Idade dos moradores da comunidade Coroca.....	132
Tabela 6 – Atividade econômica que gera maior renda familiar.....	134
Tabela 7 – Número de pessoas que assinaram o livro de visitantes disponível na lojinha de artesanato de Coroca.....	139
Tabela 8 – Cores geradas por insumos naturais presentes no território de Coroca.....	155

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Grau de escolaridade.....	60
Gráfico 2 – País de origem.....	62
Gráfico 3 – Estado brasileiro de origem.....	64
Gráfico 4 – Cidades brasileiras de origem.....	64
Gráfico 5 – Principal motivação para visitar Alter do Chão.....	65
Gráfico 6 – Atividades realizadas (ou com pretensão) em Alter do Chão.....	66
Gráfico 7 – Principal acompanhante na viagem.....	67
Gráfico 8 – Como a viagem foi organizada?.....	68
Gráfico 9 – Meios utilizados para obter informações prévias sobre Alter do Chão e região amazônica.....	69
Gráfico 10 – A viagem atendeu às suas expectativas?.....	70
Gráfico 11 – É a primeira vez que visita Alter do Chão?.....	71
Gráfico 12 – Pretende voltar à Alter do Chão nos próximos anos?.....	72
Gráfico 13 – Ocupação por família, de acordo com a frequência de respostas.....	83
Gráfico 14 – Atividade econômica que gera maior renda familiar.....	84
Gráfico 15 – Ocupação por família, de acordo com a frequência de respostas.....	134

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados na primeira incursão no campo separados por ambiente de pertencimento.....	41
Quadro 2 – Perfil dos entrevistados na segunda incursão no campo separados por comunidade.....	44
Quadro 3 – Perfil dos entrevistados na terceira incursão no campo separados por comunidade.....	50
Quadro 4 – Ambientes de trocas criados pelo turismo comunitário.....	238
Quadro 5 – Relações de dádivas entre o GLGT e a comunidade Anã.....	241
Quadro 6 – Relações de dádivas entre o GLGT e a comunidade Coroca.....	244
Quadro 7 – Relações de dádivas entre o GLGT de Anã e Agentes externos.....	248
Quadro 8 – Relações de dádivas entre os turistas e a comunidade Anã.....	252
Quadro 9 – Relações de dádivas entre agentes externos de Anã e o mercado.....	256

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AARTA	Associação dos Artesãos e Artesãs das Comunidades de Nova Pedreira
APAA	Associação de Piscicultores Agroextrativistas de Anã
APROANÃ	Associação de Produtores Rurais de Anã
APRUCIPESC	Associação dos Produtores Rurais e Criadores de Peixes da Comunidade de Coroca
ATUFPA	Associação de Turismo Fluvial de Alter do Chão
CEPLAC	Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira
CCDRU	Contrato de Concessão de Direito Real de Uso
EBCPT	Ecoturismo de Base Comunitária no Pólo Tapajós
EF	<i>Education First</i>
FEAGLE	Federação das Associações de Moradores e Comunidades do Assentamento Agroextrativista da Gleba Lago Grande
GLGT	Grupo Local Gestor de Turismo
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
MPURN	Mapeamento Participativo do Uso dos Recursos Naturais
MUSA	Mulheres Sonhadoras de Anã em Ação
MTur	Ministério do Turismo
ODS	Objetivos de Desenvolvimento
OMT	Organização Mundial de Turismo
ONG	Organização Não Governamental
PAE	Projeto de Assentamento Agroextrativista
PAT	Produção Associada ao Turismo
PM	Plano de Manejo
PNT	Plano Nacional de Turismo
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento do Turismo
PSA	Projeto Saúde e Alegria
RDS	Reserva de Desenvolvimento Sustentável
RESEX	Reserva Extrativista

RIET	Recomendações Internacionais de Estatísticas de Turismo
RST	Rede Social do Turismo
RSTC	Rede Social do Turismo Comunitário
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SETUR	Secretaria de Turismo do Estado do Pará
SISTUR	Sistema Turístico
SNUC	Sistema Nacional de Unidades de Conservação
STC	Sistema de Turismo Comunitário
TAPAJOARA	Associação das Organizações da Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns
TGS	Teoria Geral dos Sistemas
TC	Turismo Comunitário
TBC	Turismo de Base Comunitária
TBL	Turismo de Base Local
TRC	Turismo Rural Comunitário
TUCUM	Rede Cearense de Turismo Comunitário
TURIARTE	Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta
TURISOL	Rede Nacional de Turismo Solidário e Comunitário
UC	Unidade de Conservação
WTO	World Trade Organization

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	24
1.1 Considerações sobre o tema	24
1.2 Contextualização do objeto empírico e das questões norteadoras da investigação	29
1.3 Uma viajante e sua busca pelos encantos do Arapiuns – as incursões etnográficas de uma aspirante à antropóloga	36
2 O MACROCOSMO DE SANTARÉM E ALTER DO CHÃO E AS COMUNIDADES ANÃ E COROCA	54
2.1 Contextualização do macrocosmo	55
2.2 O perfil do turista investigado no campo	58
2.2.1 Recomendações a partir das evidências estatísticas	73
2.3 Comunidade Anã	74
2.3.1 Organização socioeconômica	74
2.3.2 A chegada do turismo e os encantos do território para os visitantes	92
2.3.3 Empreendimento turístico	106
2.3.4 As fronteiras étnicas e territoriais de uma comunidade tradicional para viver na RESEX Tapajós-Arapiuns	113
2.4 Comunidade Coroca	128
2.4.1 Organização socioeconômica	128
2.4.2 A chegada do turismo e os encantos do território para os visitantes	136
2.4.3 Os trançados de tucumã e a memória coletiva como caminho de resistência de um ofício artesanal	148
2.4.4 Empreendimento turístico	155
2.4.5 Os empreendimentos turísticos de agentes externos	160
3 TURISMO COMUNITÁRIO: UM SISTEMA SOCIAL COMPLEXO QUE ESTABELECE ALIANÇA ENTRE RECIPROCIDADE E AUTONOMIA	168
3.1 Surge um novo paradigma	169
3.2 Turismo comunitário: concepções teóricas para entender o <i>outro</i> turismo	180
3.2.1 O Turismo Comunitário como um sistema complexo	180
3.2.2 Turismo de Base Comunitária e/ou Turismo Comunitário?	189
3.3 Capital social, reciprocidade, autonomia e autogestão: categorias do campo para compor uma proposta conceitual do Turismo Comunitário	202

3.3.1 Capital social e reciprocidade	202
3.3.2 Reciprocidade e autonomia	213
3.3.3 Autogestão e autonomia	219
3.4 Turismo Comunitário: uma proposta conceitual pautada na reciprocidade e autonomia	225
4 A DÁDIVA E A ORGANIZAÇÃO DE SISTEMAS RELACIONAIS DE TROCAS NO TURISMO EM ANÃ E COROCA	229
4.1 A dádiva pela concepção de Mauss	230
4.2 A noção de interesse segundo Bourdier	232
4.3 Relações de dádivas no campo social do turismo: uma etnografia das trocas em Anã e Coroca	235
4.3.1 Primeiro ambiente de troca: GLGT e comunidade	240
4.3.2 Segundo ambiente de troca: GLGT e turistas/visitantes	244
4.3.3 Terceiro ambiente de troca: GLGT e agentes externos	247
4.3.4 Quarto ambiente de troca: turistas e comunidade	252
4.3.5 Quinto ambiente de troca: agentes externos e mercado	256
4.4 Recomendações para promover a autogestão turística em Anã e Coroca pela lógica da reciprocidade	259
5 CONCLUSÕES PROVISÓRIAS	267
REFERÊNCIAS	276
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA – VISITANTES DE ANÃ	286
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA – GESTOR DA RESEX TAPAJÓS-ARAPIUNS	287
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA – COORDENADOR DO PROJETO DE TURISMODA ONG PSA	288
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PERFIL SOCIOECONÔMICO E PERFIL DA ATIVIDADE TURÍSTICA – COMUNIDADES ANÃ E COROCA	289
APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PERFIL DOS TURISTAS	291
ANEXO A – PROPOSTA COMERCIAL 066/2016 – 19/07/2016	294

1 INTRODUÇÃO

Essa introdução apresenta o turismo como um fenômeno econômico e social, para situar o Turismo Comunitário como uma prática turística alternativa ao turismo massificado e convencional, contextualizando-o como um *outro* paradigma nos estudos do turismo. Assim, o turismo comunitário, protagonizado por grupos étnicos e sociais considerados minorias marginalizadas e oprimidas na sociedade capitalista, foi definido como tema principal dessa investigação. A análise central da tese versa sobre o turismo comunitário como uma via para compreender o turismo como um fenômeno complexo na contemporaneidade.

Esse capítulo engloba ainda a descrição do objeto empírico, o detalhamento da estrutura da pesquisa, e a descrição da jornada metodológica.

A descrição do objeto empírico envolve a apresentação de duas iniciativas de turismo conhecidas como Turismo de Base Comunitária, desenvolvidas em territórios de duas comunidades ribeirinhas de Santarém/Pa: Anã e Coroca, e uma análise sobre o posicionamento midiático da cultura ribeirinha, que projeta as comunidades tradicionais amazônicas como *produtos* no mercado de viagens.

O detalhamento da estrutura da pesquisa expõe as questões norteadoras da pesquisa, o objetivo geral e os específicos, e as hipóteses formuladas.

A jornada metodológica desenvolvida ao longo dessa investigação foi descrita por meio de três incursões etnográficas ao campo. Cada incursão detalha uma fase da pesquisa de campo e os caminhos teóricos e empíricos traçados para interação com os agentes sociais endógenos e exógenos às comunidades, bem como os instrumentos definidos para coletar dados qualitativos e quantitativos.

1.1 Considerações sobre o tema

O turismo surgiu como viagem organizada no séc. XIX, mas se popularizou pós-segunda guerra mundial, em função das melhorias nos transportes, tecnologia e comunicação (MILL; MORRISON, 1985; TRIGO, 1998). Assim, foi na segunda metade do século XX, que o ato de se deslocar por prazer, tornou-se um fenômeno de massa. Desde então, a atividade turística acumula dados de viagens, que crescem de forma vertiginosa, em escala global.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) divulgou no início do ano de 2020, portanto antes da pandemia do COVID-19 assolar o mundo, que o Barômetro Mundial de Turismo registrou 1,5 bilhões de viajantes internacionais no ano de 2019, o que significa um crescimento de 4% em relação ao índice em 2018. Esse foi o décimo aumento consecutivo registrado pelo setor ao longo de uma série histórica, que vinha observando crescimento variável entre 3% a 4% ao ano, de desembarque de turistas internacionais pelo mundo. Ao longo desses registros, o ano de 2012 ganhou notoriedade por ter contabilizado o primeiro fluxo acima de um bilhão. (RAMOS, 2018; BRASILTURIS JORNAL, 2020).

Dada a sua importância como atividade econômica e social no mercado global, o setor de viagens foi um dos mais atingidos pelas restrições nos fluxos de deslocamentos impostos pela pandemia. A OMT divulgou no Barômetro Mundial de Turismo, publicado em outubro de 2020, que as chegadas de turistas internacionais diminuíram 70% nos primeiros oito meses de 2020 em relação ao mesmo período de 2019, o que representa 700 milhões a menos de chegadas internacionais, e uma perda de U\$ 730 bilhões em receitas de exportação do turismo internacional, o que segundo a entidade representa mais de oito vezes a perda em 2009 sob o impacto da crise econômica global. Isso demonstra a força do turismo como ação humana, e, sendo um fenômeno social, o impacto econômico que gera em uma cadeia de serviços, e em localidades receptoras.

A principal característica do turismo é o deslocamento do ser humano de seu ambiente sociocultural de morada habitual para vivenciar experiências em outras realidades sociais. Esses deslocamentos, que são voluntários e limitados temporalmente, ocorrem por diversas motivações: descanso/lazer; práticas recreativas/ esportivas; aprimoramento intelectual; tratamentos de saúde; relações de negócios; interação cultural, dentre outras. Ou seja, há muitas formas de se fazer turismo, contudo, todas elas são realizadas em um território, que é atravessado por relações políticas, econômicas, sociais e culturais, reflexo das interações dos agentes sociais que o habitam.

Esse território é, geralmente, muito disputado pelos interesses capitalistas, que marcado pela ideia da modernidade/contemporaneidade tende a homogeneizar os lugares, invisibilizando as populações locais e suas culturas em experiências turísticas. Essa forma excludente de gestar o turismo se consolidou por meio de práticas turísticas massivas, ou seja, o que importa é gerar volume de venda para

maximizar os lucros sem considerar a sustentabilidade socioambiental. Esse é o tipo de turismo conhecido como “turismo de massa” ou “turismo convencional”, o qual já foi amplamente estudado e criticado por diferentes autores. (BARTHOLO *et al.*, 2009).

No entanto, Zaoual (2009, p. 56) afirma que a demanda turística mundial está demonstrando outras expectativas, necessidades e desejos, pois tornou-se mais “exigente, variada e variável” ao longo do tempo, ou seja, amadureceu como viajante, e está exigindo mais qualidade e menos quantidade no consumo de produtos turísticos. Nessa perspectiva, o autor enfatiza que os turistas buscam por “verdadeiros sítios” que são lugares que oportunizam maior interação com a natureza e trocas culturais com as pessoas, proporcionando experiências mais profundas e autênticas com os lugares.

Importante ressaltar que o autêntico aos olhos do turista está relacionado mais a sua “percepção” de uma experiência do que a própria essência dessa experiência (MACINTOSH; PRENTICE, 1999), ou seja, importa aquilo que adquire valor de forma subjetiva, a partir de suas expectativas, anseios e necessidades. Nessa perspectiva, as experiências turísticas com as populações tradicionais são percebidas como mais autênticas que as viagens convencionais, pois oportunizam maior vivência com os “verdadeiros sítios”, configurando-se, deste modo, como produtos responsáveis pelo surgimento de “uma nova cultura de viagem” (KRIPPENDORF, 1989).

Embora essa mudança de comportamento da demanda turística, observada por Zaoual (2009), ainda não seja identificada na maior parte dos turistas, já representa um movimento de viajantes que se autodefinem como *mais responsáveis*, posto que demandam por produtos que se proponham mais justos e solidários com a sociobiodiversidade do lugar, ou seja, produtos que estão na contramão do turismo massificado e convencional.

Esse cenário cria, segundo Zaoual (2009, p. 56), “novas dinâmicas turísticas”, abrindo caminhos para se pensar novas formas de práticas turísticas. Desse contexto emerge um modelo considerado alternativo ao turismo convencional, protagonizado por grupos étnicos e sociais, considerados minorias marginalizadas e oprimidas na sociedade capitalista, que são: quilombolas, indígenas, comunidades de pescadores, de agroextrativistas, entre outros.

A iniciativa turística desses grupos é conhecida por vários nomes, como: turismo solidário, turismo responsável, turismo de base local, turismo comunitário (TC), turismo de base comunitária (TBC), ecoturismo de base comunitária, turismo rural comunitário, turismo alternativo, turismo situado, turismo de proximidade, turismo intercultural (RUIZ-BALLESTEROS, 2017; CORIOLANO, 2012; ZAOUAL, 2009).

Coriolano (2006, p. 201) defende que o turismo comunitário “faz contraposição ao turismo global”, e configura-se como uma “forma de resistência” de minorias sociais mediante projetos turísticos e megaempreendimentos hoteleiros socialmente excludentes, que são, na maioria dos casos, viabilizados por uma política econômica neoliberal, conduzida pelo próprio Estado Nacional. Assim, segundo a autora, o turismo protagonizado pela base popular revela-se como uma forma de insurgência contra uma rede de turismo estruturada para expropriar agentes sociais de seus próprios territórios e criar negócios adequados aos interesses de empresas turísticas globalizadas.

Iniciativas turísticas comunitárias que promovam o desenvolvimento social, com distribuição equitativa de renda exigem maior participação e total envolvimento dos agentes comunitários na tomada de decisões, a fim de que eles sejam os idealizadores das ações voltadas para o desenvolvimento local do turismo, na condição de protagonistas do processo, e não agentes subalternos de propostas apresentadas por agentes externos à comunidade.

Para uma conduta proativa no turismo, Irving (2009, p. 111) enfatiza que deve estar claro para a comunidade que o sentido de comunitário não se restringe à ideia de uma “comunidade de baixa renda” ou “tradicional”, mas envolve a noção do que é “coletivo, comum”. Por essa perspectiva, a autora entende que o TBC favorece, ao menos teoricamente, a coesão social e a ação coletiva, sendo capaz de promover benefícios socioculturais para as comunidades receptoras, que podem aproveitar o turismo como uma oportunidade de melhoria de vida.

Pensar o TBC como uma atividade que cria laços sociais fortes, a ponto de promover a coesão de um grupo que seja capaz de agir coletivamente, é compreendê-lo como um fenômeno antropossocial, e por essa perspectiva, abandonar a interpretação economicista do turismo para percebê-lo como uma ação humana, que posiciona a dimensão social no cerne do debate. Não há deslocamentos, viagens, turismo, se não houver interesse, vontade, desejo do ser

humano em locomover-se, e nesse processo, realizar uma série de interações que envolvem várias dimensões. Por outro lado, não tem como pensar em turismo protagonizado por populações locais se não houver capital social para mobilizar o envolvimento dos comunitários na operação turística do lugar, que também é multidimensional. Desse modo, para além de se apresentar como uma forma contra hegemônica e alternativa de fazer turismo, o TBC é uma via para compreender o turismo como um fenômeno complexo na contemporaneidade.

Para lançar um olhar epistemológico não reducionista sobre o objeto empírico dessa investigação, e interpretá-lo como um fenômeno com múltiplas faces e dimensões, utilizei o paradigma da complexidade de Edgar Morin (2007). Essa concepção teórica foi especialmente aplicada para compreender o turismo comunitário como um *sistema* composto por partes que possuem dependência recíproca, mas que, no entanto, são autônomas. Através desse paradigma foi possível perceber que o Sistema do Turismo Comunitário (STC) possui uma relação dialógica entre parte/todo que é dinâmica, complementar, concorrente e antagônica, mas que, no entanto, gera sua autoprodução e auto-organização. Portanto, o TC foi concebido como um sistema que conecta agentes sociais internos e externos às comunidades em uma estrutura de rede que promove a dependência mútua entre o ambiente endógeno e o mercado de viagens para a oferta de experiências turísticas.

No intuito de apreender o turismo comunitário como um *campo social*, as conexões identificadas no STC foram analisadas pela teoria da dádiva de Marcel Mauss (2017). Logo, a dádiva ou dom representa um paradigma para analisar o fenômeno turístico e seus efeitos no lugar por uma lente antiutilitarista, pois entendo que toda ação social que o turismo cria, não pode ter motivação reduzida ao utilitarismo material. Sendo assim, a dádiva como paradigma, “como base de uma ciência moral humanista [...]” (MARTINS, 2008, p. 106) foi aplicada para explicar que o TC, ao funcionar como um campo social de gestão de trocas múltiplas e ambivalentes, institui alianças e sociabilidades, e nesse contexto, assume o caráter da dádiva, como “fato social total” na concepção de Mauss (2017).

O TC concebido como um sistema de dádivas, e, portanto, como uma ação social que ultrapassa o interesse material, constitui-se em um campo social que também articula o “interesse pelo poder, pelo prestígio e pelos bens simbólicos em geral” (MARTINS, 2008, p. 107). Nesse contexto, posso afirmar que o TC é mais um ambiente social no qual a dádiva se torna operacional para conceber a realidade por

uma perspectiva mais humanista, ancorada na reciprocidade como princípio de todas as dimensões que atravessam as relações entre humanos.

Pelo exposto, essa tese se apresenta como uma inovação para os estudos do turismo porque seguiu um caminho metodológico ainda pouco explorado pelas investigações epistemológicas que buscam compreender a multidimensionalidade do turismo, e interpretá-lo como um fenômeno antropossocial da contemporaneidade (FRAGELLI *et al.*, 2019).

1.2 Contextualização do objeto empírico e das questões norteadoras da investigação

O objeto empírico dessa investigação é composto por duas iniciativas de turismo estruturadas em bases bem distintas entre si, que estão sendo desenvolvidas em territórios de duas comunidades tradicionais amazônicas: Anã e Coroca.

Ambas estão localizadas às margens do rio Arapiuns, afluente do rio Tapajós, o qual corre em frente ao município de Santarém, no oeste do Pará. Essas comunidades ribeirinhas ocupam territórios legalmente protegidos. Anã localiza-se na Reserva Extrativista (RESEX) Tapajós-Arapiuns. Coroca está no Projeto de Assentamento Agroextrativista (PAE) da Gleba Lago Grande. A proteção legal impõe limitações de ocupação do espaço e uso dos recursos naturais às populações locais, mas permite a atividade do turismo por considerá-la uma atividade geradora de renda de baixo impacto. As duas comunidades desenvolvem iniciativas de turismo conhecidas como “Turismo de Base Comunitária” (TBC).

A iniciativa turística de Anã foi selecionada para essa investigação por ter ficado *famosa* na mídia como referência de TBC na Amazônia, resultado do aporte técnico-financeiro aplicado pela Organização Não Governamental (ONG) Projeto Saúde e Alegria (PSA) na comunidade, especialmente a partir do ano 2008, quando iniciou o projeto Ecoturismo de Base Comunitária no Polo Tapajós (EBCPT), selecionado no edital nº 001/2008¹ do Ministério do Turismo (MTur) (BRASIL, 2008).

¹ O edital de chamada pública de projetos MTur/Nº 001/2008 tinha como objetivos: “Fomentar as iniciativas existentes organizadas e/ou identificadas como de Turismo de Base Comunitária (TBC); Apoiar projetos de TBC, para o fortalecimento de roteiros segmentados, com foco no território para o desenvolvimento local e inclusão social, qualificação, certificação, apoio à produção associada ao turismo e desenvolvimento local/inclusão social”.

É pertinente informar que o PSA iniciou suas atividades na Amazônia em 1987². Após ter seu trabalho divulgado, a ONG passou a receber visitas dos parceiros e financiadores interessados em conhecer as comunidades nas quais vinha desenvolvendo ações sociais. Como essas visitas não tinham o turismo por finalidade, os visitantes não tinham a sua disposição, equipamentos e serviços turísticos³, e dessa forma, as atividades turísticas iam se realizando de maneira improvisada e experimental.

Contudo, a demanda de visitantes foi aumentando e a ONG sentiu a necessidade de preparar melhor as comunidades para receber os turistas. Assim, em 2008 estruturou o projeto EBCPT para submissão ao edital do MTur. O EBCPT foi um dos 50 projetos selecionados dentre mais de 500 propostas recebidas pelo MTur entre junho e julho de 2008, e o recurso no valor de R\$147.000,00 (cento e quarenta e sete mil reais) foi aplicado em quatro comunidades localizadas ao longo do rio Arapiuns: Anã, Arimum, Atodi e Vila Amazonas.

O EBCPT também originou o projeto *Ecoturismo Comunitário* que atualmente integra o programa *Empreendimentos Sustentáveis* na estrutura organizacional da ONG. Este programa visa apoiar iniciativas que gerem a elevação da renda, redução do impacto sobre o meio ambiente e segurança alimentar, por isso, agrega ainda os projetos *Artesanato da floresta* e *Energias renováveis*.

O ano de 2008 é um marco histórico para compreender que a partir de então, o turismo começou a ser ordenado em Anã por um agente externo à comunidade e que esse fato determinou, e ainda determina, a configuração das relações criadas pela dinâmica da atividade turística no local. Portanto, não tem como analisar a proposta de turismo ofertada por Anã sem considerar que ela foi idealizada pela

² De acordo com a homepage da ONG, ela “iniciou suas ações em 1987 junto a 16 comunidades-piloto da zona rural de Santarém/Pará. A partir de 2000, começou a expansão gradual de sua área de cobertura. Além de Santarém, atua hoje diretamente em mais três municípios do oeste paraense – Belterra, Aveiro e Juruti – atendendo em torno de 30 mil pessoas, sobretudo populações tradicionais, muitas delas em situação de risco e vulnerabilidade”. In: SAÚDEALEGRIA.ORG.BR. Disponível em: <https://saudeealegria.org.br/institucional/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

³ Entende-se por equipamentos e serviços turísticos, os bens e atividades que irão facilitar a permanência do visitante no destino, tais como: meios de hospedagem, restaurantes, bares e similares, meios de transporte, oferta de passeios, serviço de câmbio, serviço de tradução, entre outros.

ONG, e vem sendo liderada por ela ao longo dos anos sob o discurso de que o turismo promove a “geração de renda e desenvolvimento territorial”⁴.

Conhecer o percurso histórico do turismo em Anã também é importante para perceber a projeção midiática que a comunidade teve ao longo desse tempo, pois é evidente que sua exposição pegou *carona* na forte inserção do PSA na mídia nacional e internacional. Em função de atuar na região há mais de trinta anos, o PSA já é uma ONG consolidada e reconhecida, o que, certamente, favoreceu a visibilidade de Anã no mercado nacional e internacional de viagens, e ainda, a aceitação da ideia de que lá se pratica um turismo de *base comunitária*.

Inclusive, a presença estratégica da ONG na gestão e operação de projetos sociais na região oeste do Pará favorece o redirecionamento dos “excedentes” dos recursos de ações sociais, para investimentos no turismo, como foi o caso da construção da hospedaria comunitária de Anã.

A iniciativa turística de Coroca foi conhecida por essa pesquisadora por meio da indicação de turistas que foram entrevistados em agosto de 2016, quando realizava a primeira imersão exploratória no campo de Anã. Na ocasião, um casal mencionou a recente visita à comunidade, e recomendou positivamente a experiência turística. Em janeiro de 2017, visitei o lugar e constatei que o turismo começou a ser desenvolvido de forma autônoma pela comunidade, como forma de resistência contra o loteamento de seu território para exploração turística, por agentes externos.

A comunidade recebeu dois investimentos turísticos de proprietários distintos, de origem paulista. Um se chama Casa Coroca, e está em funcionamento desde 2014. O outro é Eco Viva Amazônia, que começou a receber seus primeiros visitantes no final de 2016. Desse modo, após perceber o fluxo de visitação turística captado pela Casa Coroca, e as potencialidades do Eco Viva Amazônia que estava em construção, a comunidade Coroca decidiu se unir em 2015 para estruturar uma proposta de turismo conduzida, exclusivamente, por agentes internos.

Portanto, as iniciativas de turismo que estão sendo praticadas nas comunidades mencionadas apresentam configurações distintas, as quais refletem:

⁴ Em sua *homepage* (saudeealegria.org.br), a ONG declara que as experiências de turismo que apoia, na região do Tapajós, são iniciativas de turismo de base comunitária que contribuem “com a geração de renda e com o desenvolvimento territorial da região”. *In*: SAUDEEALEGRIA.ORG.BR. Disponível em: <https://saudeealegria.org.br>. Acesso em: 20 set. 2015.

- a) As relações estabelecidas entre os agentes locais, e as relações desses com os agentes externos às comunidades;
- b) A forma de uso do território pelos habitantes do lugar;
- c) As estruturas sociais que sustentam a comunidade;
- d) O saber acumulado e as características culturais de cada grupo;
- e) O grau de autonomia da comunidade.

Destarte, na comunidade Anã, existe um ambiente no qual as relações estabelecidas por meio da atividade turística foram articuladas por um agente externo, mas com a aparente anuência dos moradores locais à proposta do PSA, de gestão compartilhada do turismo. Na comunidade Coroca, as relações tecidas pelo turismo são de base endógena, e por isso configuram-se em uma estratégia para fortalecer o grupo social que habita um território que está sendo ocupado por negócios turísticos geridos por agentes externos.

Entretanto, independente do grau de envolvimento e participação dos comunitários, observei *in loco*, que o turismo é uma atividade que vem sendo inserida nas comunidades tradicionais do oeste do Pará por agentes externos, sob o discurso de que a prática turística gera elevação de renda, inclusão social, sustentabilidade ambiental e desenvolvimento local, entretanto, não há estudos técnicos para analisar os efeitos do turismo para essas comunidades, bem como, os trabalhos acadêmicos com esse objetivo são quase inexistentes.

Diante deste cenário, busquei informações no ambiente virtual. Em pesquisa exploratória realizada em setembro de 2015, encontrei a matéria *Turismo de base comunitária e artesanato da floresta ganham força com a fundação da primeira cooperativa do Rio Arapiuns* (CAMPELO, 2015). Além de informar que surgiu a Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta (TURIARTE)⁵, direcionada para potencializar o turismo e favorecer a comercialização do artesanato local, o texto apresenta dados sobre a circulação financeira decorrente do aumento no fluxo de visitação turística. Campelo (2015) aponta que lideranças das comunidades de Anã e Atodi relataram que estas comunidades receberam 98 turistas em 2011, e 333 em

⁵ No dia 1 de maio de 2015 foi realizada, na comunidade de Atodi, a assembleia de fundação da Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta (TURIARTE). A entidade surgiu pela necessidade de formalizar os negócios de turismo e artesanato que já são desenvolvidos em sete comunidades (Anã, Atodi, Vila Amazonas, Arimum, Urucureá, Vila Brasil e São Miguel). A TURIARTE visa potencializar o turismo na região e favorecer a comercialização dos produtos artesanais produzidos pelos artesãos locais (CAMPELO, 2015). A entidade foi fundada por 70 pessoas das 7 comunidades envolvidas, com destaque para a presença feminina, 54 mulheres.

2014, sendo que deste último volume, eram 256 brasileiros e 77 estrangeiros. A mais surpreendente das informações foi a renda gerada para as comunidades citadas: 68 mil reais.

Os dados mencionados, ainda que suscitem dúvidas, pois se desconhece as condições metodológicas nas quais foram coletados, demonstram que o turismo já integra atividades desenvolvidas em algumas comunidades e gera efeitos sobre elas. Desse modo, aguçaram meu interesse em compreender melhor como se dá a relação das comunidades com o turismo.

Nesse sentido, apresento outros dados coletados no ambiente virtual, que são relevantes para a problemática de pesquisa que se propõe para esta tese.

A Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL)⁶ defende como um dos princípios para o turismo comunitário, que a comunidade seja proprietária, gestora e empreendedora dos negócios turísticos. Deste modo, antes de iniciar a pesquisa de campo, procurei observar no ambiente virtual se as propagandas de viagens ressaltam o protagonismo das comunidades anfitriãs do Arapiuns.

Identifiquei que as comunidades aparecem como atrativos em roteiros turísticos agenciados por ONGs, operadoras e agências de turismo ou empresários particulares, sendo evocadas pelo caráter distintivo de sua cultura, ou seja, o modo de vida tradicional das comunidades amazônicas é exposto na mídia virtual como o viabilizador de experiências turísticas *autênticas*.

Isto pode ser conferido no *slogan Ecoturismo Comunitário na Amazônia – uma experiência única*⁷, utilizada pela ONG PSA para se referir ao contato com comunidades localizadas no rio Arapiuns, como uma “experiência genuína”, ressaltando o modo simples de viver em harmonia com a natureza.

⁶ A TURISOL nasceu em 2003, como resultado de uma ação desenvolvida pela Embaixada da França no Brasil, que tinha por objetivo levar 07 iniciativas brasileiras de turismo solidário, a participar do Fórum Internacional de Turismo Solidário (FITS) em Marselha.
In: TURISOL.WIXSITE.COM/REDETURISOL. Disponível em:
<http://turisol.wixsite.com/redeturisol/sobre>. Acesso em: 9 ago. 2017.

⁷ O *Slogan* “Ecoturismo Comunitário na Amazônia – uma experiência única” foi visualizado na *homepage* oficial da ONG Saúde e Alegria (www.saudeealegria.org.br) no dia 20 de setembro de 2015, quando a autora estava fazendo pesquisa para a elaboração de seu projeto de doutorado. No entanto, registra-se que, na data de 09 de agosto de 2017, a referida informação não estava mais disponível no sítio eletrônico informado, pois foi inserida na página da Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta – TURIARTE (turiarteamazonia.wordpress.com).

Outro *slogan* que me chamou atenção foi *Vivência Cultural em Alter-do-Chão*⁸, utilizada pela agência de turismo Aoka Tours para convidar o visitante a fazer um roteiro (a comunidade Anã estava inclusa) para conhecer um “novo universo” da “incrível cultura ribeirinha”, através do qual ele teria uma “viagem única e cheia de experiências marcantes”, como “conhecer de perto a cultura ribeirinha da Amazônia”. Ressalto que Alter-do-Chão é uma vila de pescadores, que em função de ter uma boa infraestrutura turística, é utilizada como base de hospedagem para os turistas que querem conhecer as comunidades localizadas no rio Arapiuns.

Por esse contexto, concluí que a cultura ribeirinha e o saber amazônico que a integra constituem uma prática de existência que a colonialidade do saber concebe como subalterna, subdesenvolvida e pré-moderna. Logo, desse modo torna-se inválida como conhecimento epistemológico, mas interessante o suficiente para figurar como elemento de maior destaque em propagandas sobre roteiros turísticos em comunidades tradicionais amazônicas.

Pelo exposto, percebi que o turismo já é realidade em muitas comunidades do rio Arapiuns, entretanto, a maior parte das iniciativas é agenciada por agentes externos. Nesse contexto, o protagonismo e autonomia das comunidades na prática turística ficam comprometidos, o que dificulta o reconhecimento dessas iniciativas, em minha perspectiva, como de “base comunitária”. Também constatei que as relações estabelecidas entre os comunitários e os agentes externos são, geralmente, marcadas por colonialidades: do poder, do saber e do ser (GUERRERO ARIAS, 2010).

O contexto empírico apresentado estimulou-me a investigar como essas relações sociais estão estruturadas, a fim de identificar caminhos para que as comunidades tradicionais amazônicas possam construir autonomia na gestão local do turismo.

Portanto, essa investigação foi direcionada pelas seguintes questões:

a) Como podem ser caracterizadas as relações tecidas entre os agentes sociais internos, e desses com os agentes externos à comunidade para a oferta do turismo comunitário?

b) Quais os elementos caracterizadores das iniciativas de turismo nas comunidades investigadas?

⁸ Informação coletada na *homepage* da agência de turismo Aoka Tours. In: AOKA TOURS. Disponível em: <http://www.aokatours.com.br/pt.vivencia.cultural.em.alter.do.chao>. Acesso em: 20 set. 2015.

c) O turismo observado nas comunidades pode ser interpretado como um sistema de dádivas?

d) A autonomia comunitária é um princípio balizador para reconhecer iniciativas de turismo em comunidades?

e) Qual a característica da organização social da comunidade Coroca é responsável por sua autonomia na gestão local do turismo?

f) Por que a comunidade Anã ainda mantém uma relação de dependência com a ONG PSA para a gestão local do turismo?

Para nortear a jornada investigativa, o objetivo geral dessa tese foi analisar como se estruturam as relações tecidas entre os agentes sociais internos, e desses com os agentes externos à comunidade para a oferta do turismo, a fim de identificar a função da autonomia comunitária em iniciativas turísticas protagonizadas por populações locais.

Esse objetivo geral originou cinco objetivos específicos:

1 – Identificar e caracterizar as relações tecidas entre os agentes sociais internos, e desses com os agentes externos à comunidade para a oferta do turismo.

2 – Descrever como se configuram as iniciativas de turismo nas comunidades e interpretá-las como um sistema de dádivas, a partir da Teoria da Dádiva de Mauss.

3 – Identificar como a autonomia se apresenta nas comunidades investigadas, e analisar sua relevância como princípio balizador para reconhecer iniciativas de turismo em comunidades.

4 – Levantar o perfil do turista que circula pela região turística à qual as comunidades pesquisadas pertencem;

5 – Verificar a característica da organização social de Coroca responsável por sua autonomia na gestão do turismo e analisar se esse elemento pode ser um caminho para outras comunidades construírem autonomia, como Anã.

O escopo dessa pesquisa buscou comprovar as seguintes hipóteses:

1 – A oferta do turismo em território comunitário envolve relações de trocas ambivalentes entre agentes sociais internos e externos à comunidade.

2 – A autonomia comunitária na gestão local do turismo é um princípio balizador para reconhecer iniciativas de turismo comunitário.

3 – A autonomia na gestão local do turismo da comunidade Coroca é resultado de um diferencial em sua organização social.

4 – A ausência de autonomia na gestão local do turismo da comunidade Anã está relacionada a dificuldades em romper com colonialidades do poder, do saber, e do ser.

1.3 Uma viajante e sua busca pelos encantos do Arapiuns – as incursões etnográficas de uma aspirante à antropóloga.

A primeira incursão no campo

Adentrar um campo de investigação empírica e apreendê-lo por meio da teoria social antropológica, requer do investigador, segundo Oliveira (2006) habilidades cognitivas *de olhar, ouvir, escrever* que são condicionadas pelos aportes teóricos próprios da disciplina. Desse modo, o autor enfatiza que o “olhar etnográfico” (*Ibid.*, p. 21) é estruturado pelo “esquema conceitual” (*Ibid.*, p. 19) da disciplina que forma o etnólogo, pois, independente das características do objeto empírico, ele passa a ser observado, no exercício da pesquisa, por um olhar científico treinado previamente pelos elementos característicos da formação acadêmica do pesquisador.

Oliveira (2006, p. 19) destaca ainda que, “talvez a primeira experiência do pesquisador de campo – ou *no* campo – esteja na domesticação teórica de seu olhar”. Hoje, ao rever a caminhada da pesquisa que percorri, no período de 2016 a 2019 e apreender as explicações desse autor sobre treinar o olhar etnográfico no campo, percebo o porquê de meu orientador ter me desafiado a mergulhar no campo de investigação empírica dessa tese, apenas seis meses após o ingresso no programa doutoral, sem ao menos ter desenvolvido uma única questão epistêmica para orientar minhas ações no *lócus* de pesquisa.

Sendo assim, minha primeira experiência com o objeto empírico ocorreu em agosto de 2016, pautada no esquema conceitual de minha formação acadêmica: turismo, haja vista que àquela altura da pós-graduação eu ainda não tinha acumulado referenciais teóricos suficientes para *olhar* o campo como antropóloga. A viagem exploratória foi definida para conhecer a experiência chamada turismo de base comunitária em Anã, que foi um dos casos mais citados no ambiente virtual, quando busquei por TBC na Amazônia, em setembro de 2015, ocasião em que levantei dados para elaboração de meu projeto de doutorado.

Sem relações sociais prévias com os moradores da comunidade, ou com quaisquer de seus parceiros externos, eu decidi adquirir um roteiro turístico comercializado pela TURIARTE, e chegar à comunidade pela primeira vez, como *turista*. Entretanto, no intuito de ser transparente com os moradores da comunidade sobre o meu objetivo naquela viagem, eu esclareci à minha interlocutora na TURIARTE, que eu não era simplesmente uma *turista*, mas uma pesquisadora realizando a primeira viagem exploratória de campo de minha pesquisa doutoral. Como *viajante*⁹, era a primeira vez que visitava a região do rio Arapiuns, e tinha o interesse genuíno em conhecer os encantos daquele lugar, tão propagados pelas reportagens que apresentam as belezas naturais da vila de Alter do Chão, pertencente à Santarém/PA.

Essa viagem, que nomeei de *primeira incursão no campo*, ocorreu no período de 18 a 26 de agosto de 2016. Minha ideia inicial era conhecer as três comunidades (Anã, Arimum e Atodi) que integram os roteiros de TBC da TURIARTE, por isso que a proposta comercial recebida (anexo 1) envolvia 6 dias e 5 noites. No entanto, em função do alto custo do roteiro¹⁰ para conhecer as três comunidades e da necessária logística de tempo e deslocamento para realizá-lo, optei por reorganizar o roteiro para conhecer somente a comunidade Anã, o que me custou, aproximadamente, R\$ 800,00 à época.

No entanto, é importante informar que durante minha estadia em Anã, aluguei um *bajara*¹¹ para me levar até Arimum e fazer o mesmo passeio que é vendido ao turista pela TURIARTE. Embora tenha sido bem acolhida pela família que recebe os visitantes e tenha experimentado os serviços definidos como *turísticos* - observar o *tessume* (confecção) do artesanato e tecê-lo caso queira, e ainda almoçar alimentos locais – não percebi esse roteiro como um diferencial para compor o objeto empírico dessa investigação. Em relação à Atodí, como é uma comunidade bem mais distante que Anã, na qual é preciso pernoitar ao menos uma noite para conhecer todos os seus diferenciais, optei por retirá-la de meu interesse de pesquisa.

⁹ Ver conceito sobre viajante, e sua diferença conceitual para turista na página 49 dessa tese.

¹⁰ A proposta comercial recebida via *e-mail* apresentava um orçamento para conhecer as comunidades de Anã, Arimum e Atodi no valor de R\$ 1.061,50 (inclusa a hospedagem, alimentação e parte das atividades nas comunidades), com a descrição de despesas extras no total de R\$ 700,00 (referentes à serviços de transportes e atividades nas comunidades), o que totalizava R\$ 1.761,50.

¹¹ Bajara é uma embarcação regional de madeira com motor.

Pelo exposto, eu contratei um roteiro personalizado da TURIARTE somente para Anã, composto por quatro dias e três noites. Na condição de turista, fui alojada no empreendimento turístico de Anã, composto por hospedaria comunitária em rede e restaurante. Nesse ambiente, eu tive a oportunidade de interagir e entrevistar duas turistas: uma brasileira e outra italiana que pernoveram na hospedaria durante o período da minha estadia, e ainda, dialogar com vários visitantes de um dia¹², que utilizaram apenas a estrutura do restaurante para almoçar.

A interlocução com os visitantes foi particularmente interessante em um diálogo informal, estabelecido com um casal brasileiro de viajantes experientes, que me relatou sua experiência na região, naqueles dias de agosto. Foram eles que me “apresentaram” – e indagaram se eu conhecia – o passeio para conhecer as tartarugas da Amazônia na comunidade Coroca. O relato deles foi atravessado por demonstrações de muito encantamento com a comunidade e as pessoas que o receberam.

Assim, esse foi um genuíno *encontro* entre duas formas de *vijantes*, que o curso dessa investigação científica foi redirecionado para conhecer a experiência turística ofertada por Coroca, uma comunidade que não estava sob a orientação da ONG PSA. Destaco que após essa *troca* de informações de modo espontâneo e informal, entre mim e esse casal, eles aceitaram responder à algumas questões abertas (Apêndice A), enviadas por e-mail, com o objetivo de identificar seus hábitos de viagem; informações prévias sobre o destino; informações recebidas nos passeios, e opinião sobre a experiência turística vivenciada.

Na condição de pesquisadora, pude observar a dinâmica operacional do empreendimento, identificar os comunitários que trabalham no lugar e constatar que existe um grupo local gerenciador do negócio turístico, que por meio dessa atividade, estabeleceu relações assimétricas de poder com a comunidade, e de dependência com a ONG PSA, que historicamente assessorou (e ainda o faz) a implantação do turismo na comunidade. Certamente, esse contexto gera tensionamentos entre esse grupo gestor, que chamo de Grupo Local Gestor de Turismo (GLGT), e a comunidade por divergências de interesses.

É importante destacar que ao optar por ser verdadeira com os anfitriões locais e informar que eu estava desempenhando, simultaneamente, duas funções no curso daquela viagem, coloquei-me à disposição para colaborar com algumas pequenas

¹² De acordo com a OMT, o visitante que não pernovera no lugar, não é considerado turista, mas sim excursionista, ou seja, visitante de um dia.

tarefas no empreendimento durante minha estadia, o que aconteceu quando ajudei a servir um grupo de visitantes que chegaram para almoçar, sem agendamento prévio. Essa postura teve por objetivo gerar aproximação com os *nativos* e estabelecer uma relação mais *dialógica* entre *pessoas*, a fim de que eu pudesse acessar o horizonte simbólico dos *interlocutores* da pesquisa, não como *informantes*, mas como sujeitos sociais que ali encontravam-se em uma relação de *igual* comigo, na qual ambos possuíam a mesma *autoridade* no diálogo.

Desse modo, acredito que me despi da suposta autoridade que o pesquisador “científico” ainda impõe sobre o conhecimento popular e recebi a empatia dos trabalhadores do empreendimento, estabelecendo com eles um verdadeiro “encontro etnográfico” como ressalta Oliveira (2006, p. 24). Desse encontro, pude *ouvir*, de forma espontânea, as informações mais valiosas sobre a dinâmica local do turismo, e perceber o não-dito que também sustenta as relações sociais que configuram uma *comunidade* e seus tensionamentos. Por fim, como toda relação dialógica, tive a oportunidade de ser *ouvida*, e assim, ofereci percepções sobre boas práticas para melhorar o negócio turístico implantado no lugar.

Pelo exposto, a primeira imersão em Anã foi essencialmente exploratória, direcionada para conhecer presencialmente, o território e o espaço social, no qual a iniciativa de turismo é desenvolvida. Além do mais, foi possível:

- a) Identificar os agentes sociais internos e perceber os papéis desempenhados por cada um no microcosmo da comunidade;
- b) Identificar os agentes sociais externos e verificar seus interesses na iniciativa turística, incluindo nesse grupo as organizações públicas, privadas, do terceiro setor e turistas;

É importante informar que nessa imersão exploratória percebi que a comunidade Anã recebe visitantes de um dia que partem da vila de Alter do Chão. Sendo assim, defini que o ambiente externo (ou macrocosmo) ao turismo comunitário de Anã é composto por agentes sociais localizados em Santarém e Alter, que influenciam a dinâmica local do turismo.

Logo, inseri como participantes da pesquisa alguns agentes sociais que trabalham com o turismo em Alter do Chão, como o presidente da Associação de Turismo Fluvial de Alter do Chão (ATUFA), e o proprietário de uma operadora de turismo que leva turista com frequência até a comunidade Anã. Em Santarém, identifiquei dois agentes fundamentais para viabilizar o turismo em Anã: o analista

ambiental que atua como gestor da RESEX Tapajós-Arapiuns, e o coordenador do projeto *Ecoturismo de Base Comunitária* da ONG PSA.

Em relação aos agentes sociais que pertencem ao ambiente interno (ou microcosmo) da comunidade, tive a oportunidade de conhecer e entrevistar as principais lideranças de Anã que integram o GLGT, como: coordenadora de turismo da hospedaria comunitária; coordenadora de operações dos roteiros turísticos comercializados pela TURIARTE e presidente dessa entidade; articulador de operações para a execução dos passeios locais. Também foi entrevistada a coordenadora do grupo Mulheres Sonhadoras de Anã em Ação (MUSA), que coordena o projeto de criação de peixes em tanque-rede, e o criador de abelhas sem ferrão, que atua como expositor desse trabalho aos turistas. Esses dois projetos compõem os *passeios locais* realizados pelos turistas na comunidade. Por fim, durante minha estadia na comunidade foi possível entrevistar duas turistas (uma italiana e uma paulista) e dois visitantes de um dia que foram somente almoçar em Anã.

Todas as entrevistas mencionadas foram realizadas no formato de um diálogo cordial, em momentos de interação espontânea com os participantes, ou seja, com uma estrutura aberta, como é próprio de pesquisas etnográficas. As exceções foram as realizadas com o gestor da RESEX Tapajós-Arapiuns (Apêndice B) e com o coordenador do projeto de turismo da ONG PSA (Apêndice C), que seguiram alguns elementos de entrevistas etnográficas, segundo Spradley (1979, p. 59-60 *apud* FLICK, 2009, p. 158-159), a saber: solicitação específica para o encontro e explicações sobre o porquê da realização de uma entrevista formal.

Pelo exposto, segue abaixo o quadro 1 com o perfil dos doze (12) entrevistados nessa primeira incursão, separados por ambiente ao qual pertencem. Com o objetivo de promover a *polifonia* (BAKHTIN, 2005) nesse fazer etnográfico, informo que alguns participantes da pesquisa estão sendo citados nominalmente. Todos os envolvidos foram informados sobre os objetivos da pesquisa, e consentiram voluntariamente a gravação de suas falas, quando necessário. Assim, esclareço que, atendendo aos princípios éticos da pesquisa social, em discursos que os enunciados possam causar dano ou prejuízo aos seus interlocutores, o anonimato foi aplicado.

Por fim, ressalto que em função das turistas e visitantes encontrarem-se no território da comunidade no momento das entrevistas, eles foram inseridos no ambiente “interno” no quadro abaixo:

Quadro 1– Perfil dos entrevistados na primeira incursão no campo separados por ambiente de pertencimento.

Entrevistado (a)	Participante da pesquisa	Função e/ou relação com a comunidade	Data da entrevista
Ambiente interno comunitário			
Entrevistado 1	Reginalva Godinho	Coordenadora de turismo da hospedaria comunitária de Anã.	23.08.2016
Entrevistado 2	Maria Odila Godinho	Coordenadora de operações dos roteiros turísticos comercializados pela TURIARTE; Presidente da TURIARTE.	19.08.2016
Entrevistado 3	Madalena Lopes Pinto	Coordenadora do grupo Mulheres Sonhadoras de Anã em Ação (MUSA)	22.08.2016
Entrevistado 4	Auvair Godinho	Expositor do projeto Meliponário de abelhas sem ferrão.	20.08.2016
Entrevistado 5	Audair Godinho	Articulador de operações para a execução dos passeios locais	20.08.2016
Entrevistado 6	C. Michela	Turista italiana	20.08.2016
Entrevistado 7	S. A. Binato; U. R. Serejo	Casal brasileiro de visitantes	21.08.2016
Entrevistado 8	F. C. Faria	Turista paulista	22.08.2016
Ambiente externo à comunidade			
Entrevistado 9	A. F. Pinho	Presidente da Associação de Turismo Fluvial de Alter do Chão	23.08.2016
Entrevistado 10	D. Gutierrez	Proprietário de operadora de turismo	25.08.2016
Entrevistado 11	Mauricio Santamaria	Gestor da RESEX Tapajós-Arapiuns	26.08.2016
Entrevistado 12	Davide Pompermaier	Gestor executivo do projeto <i>Ecoturismo de Base Comunitária</i> da ONG Projeto Saúde Alegria	18.08.2016

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Ao final da primeira incursão no campo, identifiquei que a comunidade Anã se tornou uma referência em turismo na região do Tapajós-Arapiuns por reunir algumas condições:

- a) Possuir um grupo de lideranças locais interessados em desenvolver o turismo no território, que lutam pela sua manutenção apesar das adversidades;
- b) Estar localizada em área privilegiada, que facilita o acesso de forma mais rápida;
- c) Ter estabelecido uma relação sólida (independente da natureza) com a ONG PSA, que já realizou diversos investimentos na comunidade, os quais vão desde a aplicação de recursos na infraestrutura para o atendimento ao turista até a organização de reportagens em canais midiáticos variados.

Sobre os encantos do Arapiuns, o mais interessante foi descobrir que os fenômenos da vazante e da cheia dos rios Tapajós e Arapiuns alteram, para além das dinâmicas sociais localizadas ao longo de seus cursos, toda a configuração paisagística da região, favorecendo o surgimento de um tipo de turismo para cada época.

Nesse sentido, esse fenômeno que chamarei *Ciclo das Águas de Santarém* cria condições próprias de navegabilidade na vazante e na cheia, as quais facilitam ou dificultam o acesso às comunidades ribeirinhas, dependendo de sua localização, influenciando no fluxo de visitantes que essas localidades recebem.

A segunda incursão no campo

O segundo momento de incursão no campo ocorreu no período de 25 de janeiro a 03 de fevereiro de 2017, e além de Anã, realizei uma visita exploratória de meio dia à comunidade Coroca.

Nessa viagem, fiquei hospedada na casa de uma família que concentra várias lideranças comunitárias, e por meio da observação da dinâmica relacional desse ambiente familiar, pude levantar dados sobre a estrutura social que caracteriza a comunidade Anã. A partir dessa imersão, comecei a orientar minhas ações no campo pelos pressupostos da pesquisa etnográfica antropológica, que foi utilizada como inspiração, em função do tempo de imersão ter sido breve.

Durante essa estadia em Anã, apliquei durante dois dias, um questionário que na dinâmica da aplicação, transformou-se em um formulário de pesquisa, e que em

alguns casos, funcionou como um roteiro de entrevista, dada a minha interação e a boa vontade dos moradores locais dialogarem. Assim, embora o quantitativo de formulários preenchidos tenha sido baixo (apenas vinte e um, pois era um teste), foi possível coletar *dados concretos* (MALINOWSKI, 1978) de grande relevância para uma análise qualitativa. Esse questionário-formulário possuía perguntas fechadas e abertas, e tinha como objetivo principal diagnosticar o perfil socioeconômico dos moradores de Anã, e captar a opinião deles sobre a importância do turismo para a comunidade.

Durante esse pré-teste, verifiquei que a questão referente à *ocupação* deveria ser separada da questão *renda*, pois identifiquei que muitas ocupações não geram renda. Outra questão desmembrada, foi aquela que pergunta se a família do respondente participa diretamente e/ou indiretamente do turismo, e por quê. Além disso, no questionário final foi acrescentado o grau de escolaridade do respondente, e a idade dos demais membros da família residentes na mesma casa. Severino (2016, p. 135) aponta que o teste do questionário é fundamental para “[...] avaliar e, se for o caso, revisá-lo e ajustá-lo”. Os ajustes efetuados após o teste, facilitaram a captação de dados extremamente relevantes para compreender, dentre outras coisas, a participação da atividade turística na composição da renda das famílias de cada comunidade.

Sobre Coroca, enfatizo que a visita exploratória realizada durante essa viagem não foi suficiente para identificar todos os agentes que integram a experiência de turismo local, bem como perceber a dinâmica das interações sociais. No entanto, as duas entrevistas realizadas me permitiram identificar que esta comunidade possui uma iniciativa de autogestão comunitária do turismo, de forma independente de dois empreendimentos turísticos locais, de propriedade e gestão de agentes externos. Essa iniciativa me chamou atenção pela autonomia buscada pela população local frente às outras propostas realizadas em seu território, que a colocam numa posição subalterna, na medida em que os comunitários servem apenas como mão-de-obra, e não como parceiros de atividades turísticas ofertadas como experiências comunitárias.

Tendo em vista que a experiência de Anã não está estruturada com foco na autonomia comunitária, percebi a necessidade de desenvolver uma pesquisa comparativa entre ela e Coroca, a fim de descobrir os processos que levaram as duas comunidades a estabelecer bases diferentes para se relacionar com o mesmo

fenômeno: o turismo. Boas (2005, p. 32) aponta que o método comparativo é adequado para “explicar costumes e ideias de notável similaridade encontradas aqui e ali”. Nesse sentido, este método foi utilizado para identificar aspectos em comum em duas comunidades agroextrativistas na Amazônia e compreender o porquê de elas estarem construindo formas diferentes de gestar o turismo em seus territórios, apesar de possuírem similitudes.

Segue abaixo o quadro 2 com o perfil dos entrevistados na segunda incursão no campo:

Quadro 2 – Perfil dos entrevistados na segunda incursão no campo separados por comunidade.

Entrevistado (a)	Participante da pesquisa	Função e/ou relação com a comunidade	Data da entrevista
Ambiente interno da comunidade Anã			
Entrevistado 13	Reginalva Godinho,	Coordenadora de turismo da hospedaria comunitária de Anã.	27.01.2017
Entrevistado 14	Aílson C. G. Imbiriba	Presidente da Associação de Produtores Rurais de Anã (APROANÃ).	27.01.2017
Entrevistado 15	Antônio W. S. Cardoso	Articulador de operações para a execução de passeios locais; Presidente da Associação de Piscicultores Agroextrativistas de Anã (APAA); Agente comunitário de saúde	27.01.2017
Ambiente interno da comunidade Coroca			
Entrevistado 16	Maria Nilda Guimarães Pereira	Moradora da comunidade Coroca	30.01.2017
Entrevistado 17	B.R.	Proprietário de empreendimento turístico na comunidade Coroca. Não morador do lugar.	30.01.2017

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Como nessa segunda imersão em Anã, pude compartilhar mais do mundo do “nativo”, ao hospedar-me em residência de uma família local, consegui desenvolver melhor a apreensão da realidade social endógena por meio da *observação participante* na perspectiva de Oliveira (2006). Segundo esse autor, quando o pesquisador é aceito pelo grupo social que está observando, ele deixa de ser visto como um estranho, portanto, como um limitador da necessária interação. Nesse sentido, ao me sentir mais integrada à dinâmica cotidiana daqueles anfitriões, observei que:

a) Existe uma rede social interna, e outra externa à comunidade para a oferta da experiência turística no território comunitário, pelas quais circulam vários interesses, econômicos e simbólicos e, especialmente, tensionamentos pelo poder.

b) Essas relações são interdependentes, haja vista que a comunidade não sabe acessar o mercado sem a atuação da ONG, e esta, por sua vez, precisa da mão-de-obra local para que a experiência da visita se concretize no território local;

c) A rede social é composta por vários agentes que estabelecem trocas de interesses entre si, configurando diferentes ambientes de trocas. Essas trocas, independentemente do tipo de interesse que esteja em trâmite, colocam os agentes dessa rede em movimento relacional contínuo, tal qual a sociabilidade gerada pela dádiva, estudada pelo antropólogo Marcel Mauss.

Para Mauss (2017), a dádiva é um tipo de presente, que assume o caráter de uma oferta generosa, entretanto, o próprio autor ressalta a obrigatoriedade e o interesse econômico em retribuir o dom. Por isso, a dádiva é ambivalente, pois ao mesmo tempo em que é interessada, também é desinteressada, voluntária e obrigatória, útil e simbólica. Contudo, independente da forma que assuma, a dádiva cria vínculos morais entre quem dá e quem recebe, cria sociabilidades, cria alianças com fins políticos, econômicos, religiosos, jurídicos, diplomáticos, e de hospitalidade entre pessoas, comunidades e povos.

Após analisar a vida em sociedade, Mauss (2017) concluiu que a dinâmica estabelecida pelo ato de dar-receber-retribuir viabiliza toda forma de sociabilidade e comunicação entre humanos. O autor desenvolveu a noção de dádiva e aliança para explicar como a vida social se organiza e é articulada pelos agentes sociais que a vivenciam, portanto, Mauss (2017) compreende a dádiva como um *fato social total* que motiva a vida em sociedade (LANNA, 2000).

A partir da perspectiva de Mauss (2017) de que as alianças são responsáveis pela organização de diferentes “esferas sociais” (LANNA, 2000, p. 181), e da observação no campo de que o turismo estabelece múltiplas relações de troca que estão pautadas em interesses que ultrapassam a perspectiva econômica, situando-se no plano do simbólico, compreendi a aplicabilidade da Teoria da Dádiva como aporte teórico para analisar os dados levantados em campo.

O caminho metodológico utilizado para interpretar os dados coletados foi construído a partir do termo “etnografia da troca”, elaborado por Marcos Lanna (2000, p. 176). Para o autor, faz-se necessário compreender “como as *trocas* são concebidas e praticadas nos diferentes *tempos e lugares* [...]” (LANNA, 2000, p. 175), a fim de se conhecer as diferentes formas de sociabilidade fecundadas pela dádiva. Deste modo, a concepção de Lanna sobre as trocas orientou-me a criar a categoria de análise “ambientes de troca”, a fim de agregar as várias relações de dádivas observadas em campo, em cinco ambientes interacionais.

Nos ambientes de troca incidem diversos interesses dos agentes sociais, que, de alguma forma, são contemplados pelas dádivas trocadas. Esses interesses correspondem ao que Bourdieu (2011) chama de *forças* sobre o campo, que em alguns ambientes foram identificadas como assimétricas. Deste modo, os postulados do autor foram utilizados para desvelar os interesses *sutis, camuflados* em atos supostamente desinteressados, que por vezes confundem a assimetria nas relações de dádivas.

No conjunto da análise, apliquei o conceito de *campo* de Bourdieu para afirmar que as iniciativas de turismo das comunidades analisadas compõem um universo social independente do de outros universos, que possui normas próprias, um “nomos”, e que por isso se constitui como um campo “auto-nomos” (BOURDIEU, 2011, p. 148). O “nomos” presente no campo social do turismo refere-se às regras que orientam o “jogo social” (BOURDIEU, 2011, p. 139), as quais devem ser conhecidas e compartilhadas pelos agentes envolvidos, a fim de que eles mantenham a *illusio* (o interesse) no jogo, e estejam cômnicos de como operar seus *habitus* no campo.

Em cada ambiente de troca relacionado foi desenvolvido uma breve etnografia a fim de que o leitor perceba como os agentes internos e externos à Anã, envolvidos com o turismo, estabelecem relações sociais por meio da troca de dádivas/prestações e como estas configuram hierarquias; em que medida as

dádivas/prestações trocadas geram *alianças* (MAUSS, 2017) que conectam esses agentes em uma estrutura de rede social (WELLMAN; BERKOWITZ, 1991) interdependente, sem a qual a experiência de turismo no ambiente comunitário não se realiza.

Peirano (2014) enfatiza que a etnografia não é simplesmente um método, mas uma formulação teórica, sendo assim, a dinâmica social que permeia a iniciativa de turismo de Anã e Coroca não será apresentada somente pelo viés de uma descrição, como se espera *a priori* de pesquisas sociais com abordagem etnográfica. O que se almeja é interpretar a “ação vivida” (*ibid*, p. 336) no campo de pesquisa à luz de constructos teóricos já testados em outras realidades empíricas, e desse modo colaborar para ampliar o leque de interpretações teóricas sobre o que é turismo comunitário.

A terceira incursão no campo

O terceiro e último momento de incursão no campo ocorreu no período de 03 a 30 de julho de 2019. Essa viagem foi a mais longa porque englobou as três pesquisas quantitativas (perfil socioeconômico e perfil da atividade turística das comunidades, e perfil do turista) do estudo, e a observação participante de Coroca.

A comunidade Anã é composta por 110 famílias. Para identificar o perfil socioeconômico das famílias de Anã, selecionei de forma aleatória 40 casas, sendo que uma não poderia estar ao lado da outra, com o objetivo de aplicar o questionário em famílias diferentes, pois é comum que as casas contíguas sejam de parentes. Entretanto, em quatro casas, havia duas famílias, o que elevou o total para 44 famílias participantes.

A comunidade Coroca é composta por 17 famílias. Apenas 2 famílias não participaram da pesquisa porque estão localizadas em áreas fora do centro da vila, de difícil acesso. Além disso, as lideranças locais me informaram que essas famílias não querem participar das ações comunitárias referentes ao turismo.

Em ambas as comunidades foi aplicado o mesmo questionário (Apêndice D) estruturado em duas partes, com perguntas abertas e fechadas. A parte I nomeada *Perfil Socioeconômico* tinha 11 perguntas, a parte II nomeada *Perfil da Atividade turística* tinha 5 perguntas. Os resultados mais pertinentes aos objetivos da pesquisa

foram sistematizados em tabelas e gráficos, e analisados por uma perspectiva autoral.

A pesquisa de campo para identificar o perfil do turista e do visitante que circulam pelas comunidades Anã e Coroca foi pensada, inicialmente, para ser realizada no território das referidas comunidades. No entanto, nas viagens exploratórias (agosto/2016 e janeiro/2017) identifiquei que essas comunidades recebem um fluxo expressivo de visitantes de um dia, que pernoitam na vila de Alter do Chão. Assim, após perceber que a vila de Alter concentra e hospeda a maior parte dos turistas que desembarcam no município de Santarém, e que é nesse lugar que muitos turistas são “apresentados” às comunidades Anã e Coroca através dos condutores locais de passeios, optei por realizar a pesquisa em Alter do Chão.

Assim, ao longo do mês de julho/2019, apliquei questionário a 85 turistas. Desse total, 78 pessoas foram abordadas, aleatoriamente, enquanto circulavam pela orla da vila de Alter do Chão, em diferentes horários. As outras 07 pessoas estavam a bordo de um barco regional, realizando um cruzeiro de uma semana pelo rio Arapiuns.

O questionário (Apêndice E) foi estruturado em três partes com perguntas fechadas. A parte I nomeada *Dados Socioeconômicos do Turista* tinha seis perguntas; a parte II nomeada *Organização e Motivação da Viagem* tinha seis perguntas; a parte III nomeada *Gastos e Avaliação da Viagem* tinha três perguntas. Os resultados mais pertinentes aos objetivos da pesquisa foram sistematizados em tabelas e gráficos, e analisados por uma perspectiva autoral. Quando pertinente, foram comparados com pesquisas correlacionadas.

A imersão no microcosmo de Coroca ocorreu durante dez dias. Nesse tempo fiquei hospedada na casa de uma família de lideranças locais, o casal Maria Nilda Guimarães Pereira e Odinaldo dos Santos Pereira, e mais nove pessoas, entre filhos, noras e netos. Esse ambiente familiar me proporcionou vários aprendizados sobre a comunidade, pois eles desempenham várias atividades econômicas: artesanato; extração do mel; agricultura; guia local de passeios turísticos; serviços de cozinha no restaurante turístico; marcenaria; pequeno comércio na frente da casa. Ao longo dos dias de convivência e observação participante pude acompanhar a execução de maior parte delas, e tomar anotações no meu *diário de campo* (MALINOWSKI, 1978) sobre as diversas *estruturas sociais* que elas engendram.

Essa experiência intensa em Coroca me permitiu um olhar microscópico sobre as relações tecidas entres os comunitários, capaz de apreender que existe entre eles muita confiança, solidariedade, cooperação e valores partilhados que, certamente, geram a coesão social do grupo, e facilitam a ação coletiva para as atividades de turismo e artesanato, que é muito forte no lugar.

A coleta de dados por meio do diário de campo, foi especialmente útil para descrever o tesse do artesanato em palha de tucumã no capítulo 2 dessa tese, e elaborar o Plano de Gestão Endógena do TC, apresentado ao final do capítulo 4.

A vivência diária com o casal de artesãos me concedeu o privilégio de acompanhar todas as etapas de confecção do artesanato, desde a retirada da guia de tucumã na mata, preparação e tingimento da palha, até o ofício de *tecer* a peça. Considero esse momento como um dos mais especiais de toda a pesquisa que desenvolvi com inspiração etnográfica, porque o conhecimento partilhado comigo por esses *nativos* está gravado apenas em suas memórias, e a riqueza de seus ofícios manuais encontrava-se em processo de desvalorização até o turismo chegar ao território comunitário, e contribuir para melhorar sua comercialização.

Entretanto, a maior parte dos artesãos locais não domina todas as fases de elaboração do artesanato, especialmente o tingimento da palha, que é um saber acumulado transmitido por gerações. Isso tudo me fez refletir sobre a importância do registro desses saberes para salvaguardar a memória coletiva, que sustenta a identidade social das populações ribeirinhas que desenvolvem esse ofício. Desse modo, a tese apresenta essa descrição como forma de colaborar com a proteção desse saber, que é um patrimônio imaterial dos “povos da floresta”.

Por fim, Nilda e Taquinha (como Odinaldo é conhecido na comunidade), por desempenharem funções estratégicas na comunidade – ela era a tesoureira do restaurante turístico comunitário em julho de 2019, e ele o precursor da mobilização social para o turismo, e por isso, um dos mais antigos condutores locais de passeios– foram meus guias para conhecer as outras lideranças que me auxiliaram a *descobrir* como o turismo surgiu em Coroca; quem compõe o grupo local gestor de turismo; como esse grupo funciona; como a comunidade divide os benefícios gerados pelo turismo; quais as regras compartilhadas pelo grupo para gerir o turismo, dentre tantas outras questões que constam nas interpretações ao longo dessa tese.

Ressalto que as interações com os agentes sociais endógenos ocorreram de forma espontânea, no curso das atividades desenvolvidas por eles. As únicas exceções foram os diálogos com a coordenadora de turismo, Luziete da Silva Correa, e com o presidente da associação local, que precisaram ser marcados em função da agenda de trabalho deles demandarem o deslocamento para Santarém.

Quadro 3 – Perfil dos entrevistados na terceira incursão no campo separados por comunidade.

Entrevistado (a)	Participante da pesquisa	Função e/ou relação com a comunidade	Data da entrevista
Ambiente interno da comunidade Coroca			
Entrevistado 18	Maria Nilda Guimarães Pereira	Artesã; guia local, cozinheira	17.07.2019
Entrevistado 19	Odinaldo dos Santos Pereira	Artesão; guia local; produtor de mel	17.07.2019
Entrevistado 20	Luziete da Silva Correa	Coordenadora de turismo	13.07.2019
Entrevistado 21	G.B.	Presidente da associação local	12.07.2019
Ambiente interno da comunidade Anã			
Entrevistado 22	J.M.G.	Produtor de mel; integrante do grupo de mel da comunidade.	25.07.2019

Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Para Malinowski (1978, p. 28) o principal objetivo da pesquisa etnográfica de campo é “[...] delinear as leis e os padrões de todos os fenômenos culturais, isolando-os de fatos irrelevantes”. Nesse sentido, embora não pretendesse investigar a “cultura nativa na totalidade de seus aspectos”, como recomendado por Malinowski (1978, p. 28), pois não tinha as “condições e circunstâncias” adequadas para tal fim, seguiu as orientações metodológicas desse autor para coletar o que ele define por “dados concretos” nos fatos passíveis de observação.

Pelo exposto, foram elaborados quadros sinóticos dos dados concretos identificados como relevantes para cada uma das comunidades analisadas. Essa conduta metodológica é denominada por Malinowski (1978, p. 31) por “Método de documentação estatística por evidência concreta”. O autor explica que no momento que o pesquisador materializa na forma de quadros, diagramas, planos de estudo e pesquisa, o “esquema mental” que orienta suas ações no curso da pesquisa, ele

obtem um “esquema real” que irá lhe sinalizar se existem deficiências em informações consideradas como suficientes para a conclusão da pesquisa.

Seguindo a proposta metodológica de Malinowski, essa tese gerou os seguintes quadros sinóticos:

- Sistema do Turismo Comunitário (STC)
- Fator de estabilidade do TC
- Rede Social do TC
- Ambientes de troca criados pelo TC
- Plano de Gestão Endógena do TC
- Relações de dádivas entre o GLGT e a comunidade Anã
- Relações de dádivas entre o GLGT e a comunidade Coroca
- Relações de dádivas entre o GLGT de Anã e Agentes externos
- Relações de dádivas entre os turistas e a comunidade Anã
- Relações de dádivas entre agentes externos à Anã e o mercado

Desse modo, esta investigação engloba cinco capítulos. O primeiro compreende essa introdução, na qual apresentei o tema da investigação Turismo Comunitário e, o contextualizei como outro paradigma nos estudos do turismo. Em seguida, descrevi o objeto empírico, ressaltando o posicionamento midiático da cultura ribeirinha, que projeta as comunidades tradicionais amazônicas como *produtos* no mercado de viagens. Posteriormente, detalhei as questões norteadoras da pesquisa, assim como o objetivo geral, os objetivos específicos e a hipóteses formuladas. Na última parte desse capítulo, descrevi a jornada metodológica desenvolvida com inspiração na etnografia como método.

No segundo capítulo, busquei desenvolver uma descrição *densa* (GEERTZ, 2015) das comunidades Anã e Coroca, e de suas iniciativas turísticas, embora tenha ciência de que qualquer texto com finalidade antropológica não passa de uma *interpretação* da realidade social observada, pelo olhar do pesquisador, como explica Geertz (2015). Os dados quantitativos gerados pela pesquisa de campo estão detalhados nessa parte da tese. São eles: características socioeconômicas de cada comunidade, e o perfil do turista levantado em Alter do Chão.

No terceiro capítulo, apresentei o turismo comunitário pelas concepções teóricas de estudiosos nacionais e internacionais, no intuito de trazer para o debate a pluralidade da compreensão acadêmica sobre os princípios que caracterizam essa

outra forma de fazer (planejar, organizar e gerir) turismo, contextualizada como outro paradigma. O meu próprio entendimento sobre o TC como modelo de gestão, e não como nicho de mercado foi exposto, assim como minha justificativa pelo uso do termo TC, ao invés de TBC para referir iniciativas turísticas protagonizadas por populações locais. Nesse capítulo expliquei o TC pela Teoria da Complexidade, e a reciprocidade como estrutura social que sustenta a autonomia de uma comunidade na gestão local do turismo. Ao final do capítulo apresentei um conceito de TC como resultado dessa investigação.

No quarto capítulo, mostrei como a Teoria da Dádiva de Mauss (2017) foi aplicada para interpretar o turismo como dádiva, e a dinâmica relacional que ele produz, como sistema de dádivas, na medida em que institui alianças e sociabilidade entre agentes internos e desses com os externos às comunidades investigadas. Por essa perspectiva teórica, o TC foi concebido como um campo social de gestão de relações de trocas múltiplas, ambivalentes, interdependentes, que ao criar uma ampla rede interacional, caracteriza-se como um “fato social total” na concepção de Mauss.

Ao final do quarto capítulo, apresento uma análise qualitativa sobre ações e estratégias que as comunidades podem implantar no ambiente endógeno para desenvolver a autogestão. Esse detalhamento nomeado Plano de Gestão Endógena do TC figura como uma dádiva dessa pesquisadora aos participantes da pesquisa; como um retorno social por todos os aprendizados empreendidos através dos *encontros genuínos* que tive a alegria de efetivar com *gente* simples e hospitaleira que habita os recônditos caminhos da Amazônia.

Por fim, o último capítulo nomeado conclusão, sintetizou o esforço de interpretar o turismo como um fenômeno social complexo, que movimenta um sistema interacional multidimensional. Esse sistema é operado por uma racionalidade que não reduz as relações de troca aos fins utilitários, ao contrário, ao se constituir como um fenômeno essencialmente humano, mostra-se o campo mais profícuo para que possamos entender que as relações de troca estabelecidas entre seres humanos são sempre atravessadas por interesses simbólicos (ainda que camuflados), portanto, conduzidas pela lógica da reciprocidade.

Esse olhar epistemológico sobre o turismo no ambiente comunitário, pode orientar as comunidades a construir a autogestão pelo viés de uma economia mais humana, que busque essa correspondência no mercado de viagens, por meio

de uma Gestão Integrada do Turismo Comunitário. Assim, acredito que a autogestão turística pelas populações locais é um caminho possível, desde que elas compreendam que o caminho de construção deva ser trilhado por uma via alternativa, à toda ordem utilitária vigente, pautada na reciprocidade.

Caro leitor (a), estimo que você tenha uma leitura agradável pelas primeiras interpretações etnográficas, ousadas, dessa aspirante à antropóloga.

2 O MACROCOSMO DE SANTARÉM E ALTER DO CHÃO E AS COMUNIDADES ANÃ E COROCA

Este capítulo almeja expor o microcosmo das comunidades investigadas por meio de uma descrição *densa* (GEERTZ, 2015). Para tanto, se fez necessário contextualizar o macrocosmo, que é composto por Santarém e Alter do Chão. Conhecer o macrocosmo é fundamental para compreender como alguns turistas e viajantes chegam até Anã e Coroca, uma vez que é neste ambiente que boa parte deles estabelece interação com os agentes comerciais do turismo local. Sendo assim, para conhecer melhor o perfil do turista que visita Anã e Coroca, está exposto nesse capítulo a pesquisa quantitativa aplicada em Alter do Chão, em julho/2019.

A descrição densa de Anã e Coroca inicia pela exposição da organização socioeconômica de cada microcosmo, com a apresentação dos dados quantitativos levantados em campo. Esses dados subsidiam a análise qualitativa sobre a relevância do turismo para a economia local, e como fenômeno capaz de gerar novo ordenamento social no ambiente endógeno. Em seguida, apresento os acontecimentos que se configuraram como o início do turismo na comunidade, uma proposta de registro histórico da inserção de uma atividade não tradicional em comunidades tradicionais amazônicas.

Os atrativos turísticos, que nomeio *encantos do território para os visitantes* estão descritos ao longo desse capítulo, bem como a estrutura dos empreendimentos turísticos comunitários. Particularmente em Coroca, existem dois empreendimentos turísticos de agentes externos que precisaram ser apresentados em função das imbricações que promovem na comunidade.

Em função de localizarem-se em áreas legalmente protegidos, Anã e Coroca possuem particularidades sobre o uso do território que demandaram análises próprias sobre fronteiras étnicas, territoriais e legais, expostas nesse capítulo.

Com base em todas as evidências empíricas observadas nas comunidades investigadas, o capítulo finaliza com recomendações dessa pesquisadora para a implantação da autonomia na gestão local do turismo. A proposta central é o desenvolvimento da Gestão integrada do Turismo Comunitário (TC) pelas comunidades, partindo do Plano de Gestão Endógena do TC organizado em um infográfico, disponibilizado ao final da análise. Essa é a dádiva ofertada pela

pesquisadora, a Anã e Coroca, em retribuição a tantas colaborações recebidas na pesquisa.

2.1 Contextualização do macrocosmo

O município de Santarém está localizado na mesorregião do Baixo Amazonas. Em seu território se destaca o fenômeno geográfico do encontro das águas escuras e barrentas do rio Amazonas com as águas claras e verde-azuladas do rio Tapajós. Esse ambiente hidrográfico singular figura como um dos atrativos naturais para encantar turistas e visitantes que chegam à cidade.

A localidade surgiu como estratégia portuguesa de ocupação da Amazônia. Foi fundada em 1661 como uma aldeia, chamada Tapajós, pela ação dos missionários jesuítas e adquiriu a condição de vila em 1758, quando foi chamada Santarém em homenagem à cidade portuguesa localizada às margens do rio Tejo, como forma de demarcar a presença dos portugueses no território. Foi promovida à condição de cidade em 1848. Essa trajetória histórica indica Santarém como uma das cidades mais antigas da Amazônia brasileira (PLANO DE ENCONTRO, 2014).

O município possuía população superior a 290 mil habitantes em 2014, segundo o IBGE, sendo a terceira cidade mais populosa do Estado do Pará, ficando atrás somente da capital, Belém, e do município metropolitano de Ananindeua (PLANO DE ENCONTRO, 2014). Em função de sua localização privilegiada, a cidade se consolidou como principal entreposto comercial entre Manaus e Belém, desde o período colonial, e se intensificou durante o ciclo de exploração da borracha, favorecendo o posicionamento atual de Santarém como principal centro urbano e comercial do oeste paraense.

As atividades econômicas que atualmente predominam na urbe estão relacionadas ao agronegócio, especialmente o cultivo de soja, e ao comércio e serviços. Weldon (2016) explica que a posição geográfica do município é estratégica para a exportação de grãos para Europa e Ásia. Desse modo, há projetos e estudos em curso para implantação de estruturas portuárias com alta capacidade de escoamento da produção de grãos de outras regiões do país, o que transformaria Santarém em um dos principais escoadores nacionais, e entreposto comercial entre o mercado nacional e internacional.

Certamente, esse contexto movimentará a economia local, entretanto, há que se considerar os impactos sociais e ambientais que o investimento de tal envergadura gerará sobre a sociobiodiversidade da cidade. Em face disso, ainda existem muitos litígios entre o empresariado do agronegócio e as entidades públicas e ONGs responsáveis pela manutenção dos direitos socioambientais das populações locais.

O turismo também é uma atividade econômica importante para Santarém, especialmente porque o município registrou maior movimento de passageiros nacionais em seu aeroporto no período 2018/2019, quando comparado ao de Belém, conforme será mostrado ao longo desse capítulo. Também identifiquei na pesquisa de campo, um fluxo maior de turistas circulando pelas ruas de Santarém, do que o movimento de visitantes observado (empiricamente) na capital do estado (Belém). Esses dados, somados às belezas naturais e culturais do lugar, justificam a seguinte condição do município:

- a) Em 2008, foi escolhido pelo Ministério do Turismo (MTur) como Destino Referência no Segmento de Ecoturismo;
- b) É um dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional estabelecidos pelo MTur;
- c) É a cidade referência para investimentos no Polo Turístico Tapajós, que integra o zoneamento turístico do estado;
- d) O destino consta na matriz de investimentos do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR);
- e) É um dos poucos municípios do estado que possui um Plano Estratégico de Turismo, nomeado *Plano Encontro*, e o único, depois de Belém, que obteve a assessoria especializada da empresa *Chias Marketing* para desenvolver o plano, composto por diagnóstico, estratégias e planos operacionais.

Pelo exposto, fica evidente que Santarém é região prioritária no desenvolvimento do turismo paraense, especialmente pelas características de seus atrativos naturais (florestas, praias fluviais, lagos, igarapés, rios, diversidade na flora e fauna locais), atrativos culturais (gastronomia, artesanato, modo de vida de populações tradicionais, sítios arqueológicos, festa do Sairé em Alter do Chão, casarões coloniais), bem como pela infraestrutura presente no território, resultado de sua condição de principal cidade do Baixo Amazonas. Isso também posiciona o

lugar como *espaço* adequado para sediar eventos de médio e grande porte, de relevância nacional, como já vem acontecendo.

Por meio da pesquisa de campo com os turistas, foi possível perceber que eles não ficam hospedados em Santarém, mas em Alter do Chão. Desse modo, entendo que o macrocosmo que caracteriza essa pesquisa é formado por Santarém e Alter, uma vez que os turistas que adquirem roteiros da TURIARTE para Anã, partem de Santarém, e os visitantes de um dia em Coroca e, também em Anã, partem de Alter do Chão.

Alter do Chão é um distrito de Santarém, conhecido como uma vila de pescadores, distante cerca de 32 km do município, que ficou famoso, nacional e internacionalmente, pelas belezas paisagísticas de suas praias de água doce. O lugar é tão bonito que é chamado, popularmente, de *Caribe brasileiro* ou *Caribe da Amazônia*. A vila oferece praias de água doce e cristalina do rio Tapajós, que surgem apenas no período da vazante do rio, aproximadamente, entre os meses de julho e dezembro. A paisagem na região é exuberante e peculiar, formada por floresta, lagos, montes e pelo encontro das águas cristalinas do Tapajós com as águas barrentas do Amazonas, que não se misturam.

É em *Alter* que os turistas encontram os *lancheiros*¹³ que lhes oferecem os passeios de lancha para conhecer toda a diversidade e beleza da fauna e flora locais, nos quais se encontram as praias mais distantes, bem como as comunidades tradicionais localizadas ao longo dos rios Tapajós e Arapiuns. Dentre eles, cabe destacar: Floresta Encantada; Canal do Jari; Praias do Arapiuns com visitas às comunidades produtoras de mel, artesanato e criadoras de quelônios; Lago Verde ou dos Muiraquitãs; Praias de Aramaná e Pindobal, entre outros.

As diferentes imersões em campo possibilitaram perceber Santarém e Alter do Chão como *macrocosmos* da pesquisa porque esses dois lugares funcionam como “espaços” de *encontro* entre os visitantes/turistas e as comunidades Anã e Coroca. Sendo assim, eles serão apresentados brevemente porque o foco dessa investigação é o que ocorre no *microcosmos* das comunidades, que estão, por sua vez, extensamente descritas e analisadas ao longo das próximas seções.

¹³ Lancheiros são os condutores de lanchas que realizam passeios turísticos pelos arredores naturais de Alter do Chão.

2.2 O perfil do turista investigado no campo

Os dados e análises apresentados a seguir são resultados da pesquisa de campo desenvolvida em julho de 2019 na vila de Alter do Chão, com 85 turistas. Esse vilarejo foi escolhido como *lócus* para aplicação dos questionários aos turistas, porque ele funciona como centro de hospedagem para a maior parte dos visitantes que chegam à Anã e Coroca, conforme observado nas viagens de exploração do campo, realizadas em 2016 e 2017. Por isso, o perfil dos turistas dessa investigação foi coletado em Alter do Chão. Para maior detalhamento sobre a estrutura da pesquisa, vide seção 1.3 da Introdução.

A tabela 1 apresenta as características demográficas dos entrevistados, como idade, sexo, e estado civil. A faixa etária predominante foi de 25-34 anos com 34% dos respondentes, apenas 2% a mais que a categoria seguinte, que compreende o intervalo de 35-44 anos. Desse modo, concluo que 66% dos turistas possuem entre 25 e 44 anos. A juventude dos entrevistados justifica o fato de 55% dos respondentes ter declarado ser solteiro, enquanto apenas 29% são casados.

Tabela 1 – Características demográficas: idade, sexo, estado civil, Alter do Chão, julho/2019

Variável	Categoria	N	%
Faixa etária (anos)	18 – 24	11	13,0
	25 – 34	29	34,0
	35 – 44	27	32,0
	45 – 54	10	12,0
	55 – 64	7	8,0
	65 ou +	1	1,0
Sexo	Masculino	32	38,0
	Feminino	49	58,0
	Outro	2	2,0
	Não respondeu	2	2,0
Estado civil	Solteiro	47	55,0
	Casado	25	29,0
	Divorciado	8	10,0
	Outro	4	5,0
	Não respondeu	1	1,0
Total		85	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Em relação ao sexo, 58% dos turistas são do sexo feminino, e 38% do sexo masculino. Em outra investigação sobre o perfil do turista, realizada pela Secretaria de Turismo do Estado do Pará (SETUR) entre agosto e novembro de 2017, nas principais cidades paraenses, dentre elas Santarém, o sexo feminino também foi predominante, correspondendo a 52% dos 2.600 turistas entrevistados.

Observei no campo da pesquisa que muitas mulheres jovens viajavam sozinhas. Essa é uma tendência que vêm crescendo nos últimos anos no mercado de viagens. Em pesquisa rápida no mecanismo de busca *Google*¹⁴, o termo *mulheres que viajam sozinhas* apresentou, aproximadamente, 2.020.000 resultados, enquanto o termo “homens que viajam sozinhos” demonstrou apenas, aproximadamente, 171.000 resultados. As mulheres viajantes *so/los* representam um movimento no ambiente virtual, que incluem desde comunidades fechadas em redes sociais até inúmeros *blogs* especializados, com a oferta de instruções específicas para o público feminino. Esses são espaços importantes para gerar mídia espontânea¹⁵ para destinos turísticos ainda pouco conhecidos no mercado nacional, como é o caso das comunidades ribeirinhas de Santarém.

Outra pesquisa relevante realizada pelo MTur no começo do ano 2017, revelou que quase 18% das mulheres brasileiras têm intenção de viajar sozinha, enquanto apenas 12% dos homens entrevistados manifestaram o desejo de realizar viagem solo (NASCIMENTO, 2017).

Conhecer o gênero de seu público e sua forma de consumir viagens impacta em duas ações para o desenvolvimento do turismo em comunidades: formas de comunicação para captar a viajante mulher no mercado de viagens, e atividades a serem desenvolvidas pela visitante mulher na comunidade, especialmente planejadas considerando a outra variável identificada na pesquisa de campo, a faixa etária jovem.

Portanto, os dados apresentados na tabela 1 demonstram que a predominância do sexo feminino no perfil do turista que circula em Alter do Chão, pode ser interpretado como um reflexo do aumento da participação das mulheres no mercado nacional de viagens. Esse perfil de viajante justifica a prevalência dos

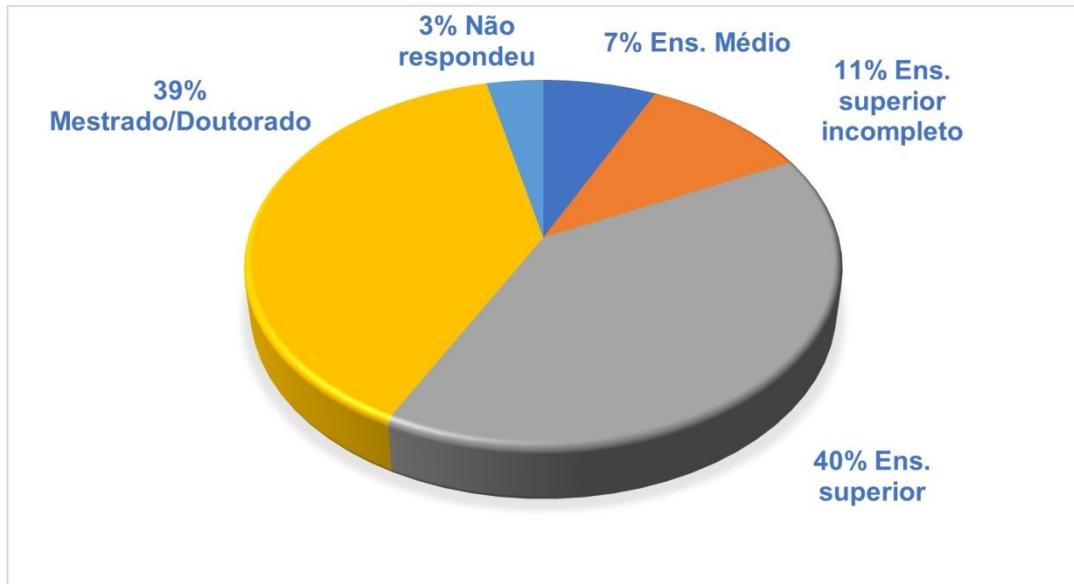
¹⁴ Pesquisa realizada no dia 5 de agosto de 2020.

¹⁵ Mídia espontânea é uma forma de gerar informação positiva sobre um produto ou negócio sem pagar pela exposição midiática. Um blog especializado em viagens, com credibilidade no mercado, ao publicar uma reportagem sobre um destino, gera mídia espontânea para esse lugar, com maior influência sobre o consumidor do que a publicidade paga.

solteiros sobre os casados, e do maior percentual de respondentes localizar-se na faixa etária de 25-34 anos, quando a pessoa já possui melhor qualificação profissional e disponibilidade financeira para empreender viagens independentes.

Em relação à escolaridade, o gráfico 1 mostra que os turistas possuem grau elevado, pois 40% dos entrevistados afirmaram ter formação em nível superior, e 39% declararam possuir mestrado e/ou doutorado, além disso, 11% afirmaram estar cursando a formação superior. Ou seja, 90% dos respondentes são pessoas que possuem anos de estudo, e por isso têm maior acesso à informação. Isso justifica o fato de 79% dos entrevistados (ver gráfico 8,) terem afirmado que organizaram a viagem por conta própria, sem a ajuda de agências e/ou operadoras de turismo.

Gráfico 1 – Grau de escolaridade.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Logo, constata-se que quanto maior o grau de escolaridade do turista, mais independente ele se torna do agenciamento de sua viagem por terceiros, pois, é o próprio turista que vai em busca das informações; é ele quem entra em contato diretamente com os prestadores de serviços das localidades que deseja visitar/conhecer/interagir. Essa constatação da pesquisa é de extrema importância para as comunidades amazônicas que desejam trabalhar com o turismo, pois revela que elas não precisam de intermediadores para acessar os turistas.

As comunidades podem ter autonomia dos agenciadores, desde que aprendam a se comunicar com os turistas por meio da internet. Esse ambiente foi referido por 52% dos entrevistados (ver gráfico 9) como instrumento utilizado para

obter informações prévias sobre Alter do Chão e entorno. Pelo exposto, é importante destacar que, conhecer o grau de escolaridade e a independência dos turistas na organização de viagens representa uma oportunidade para que as comunidades ribeirinhas de Santarém invistam em estratégias midiáticas virtuais diretas com seu público-alvo, e desse modo, se empoderem para romper com relações comerciais assimétricas, impostas por atravessadores que se declaram como os únicos capazes de gerar fluxos de visitação a esses lugares distantes na Amazônia.

Outra questão importante a ressaltar é que mais tempo de estudo também contribui para aumentar a consciência sobre a responsabilidade como turista em relação ao patrimônio natural, cultural e humano dos destinos visitados.

Sobre a renda dos turistas, a tabela 2 demonstra que o maior percentual de entrevistados 22% declarou possuir a maior faixa de renda da tabela, 10 (dez) salários-mínimos em julho/2019, o que correspondeu a mais de R\$ 9.980,00 (nove mil, novecentos e oitenta reais). Esse dado tem relação direta com o alto grau de escolaridade dos entrevistados. No entanto, embora os turistas tenham, majoritariamente, nível superior e pós-graduação, a maioria não está nas faixas de rendas mais altas da tabela.

Tabela 2 – Renda dos turistas, segundo faixa de renda limitada por quantidade de salários-mínimos, Alter do Chão, julho/2019.

Categoria	N	%
Até 1 (R\$ 998,01)	9	11,0
Entre 1 e 3 (R\$ 998,01 a R\$ 2.994,00)	9	11,0
Entre 3 e 5 (R\$ 2.994,00 a R\$ 4.990,00)	14	16,0
Entre 5 e 7 (R\$ 4.990,00 a R\$ 6.986,00)	17	20,0
Entre 7 e 10 (R\$ 6.986,00 a R\$ 9.980,00)	11	13,0
Acima de 10 (R\$ 9.980,00)	19	22,0
Não possui renda	1	1,0
Não respondeu	5	6,0
Total	85	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

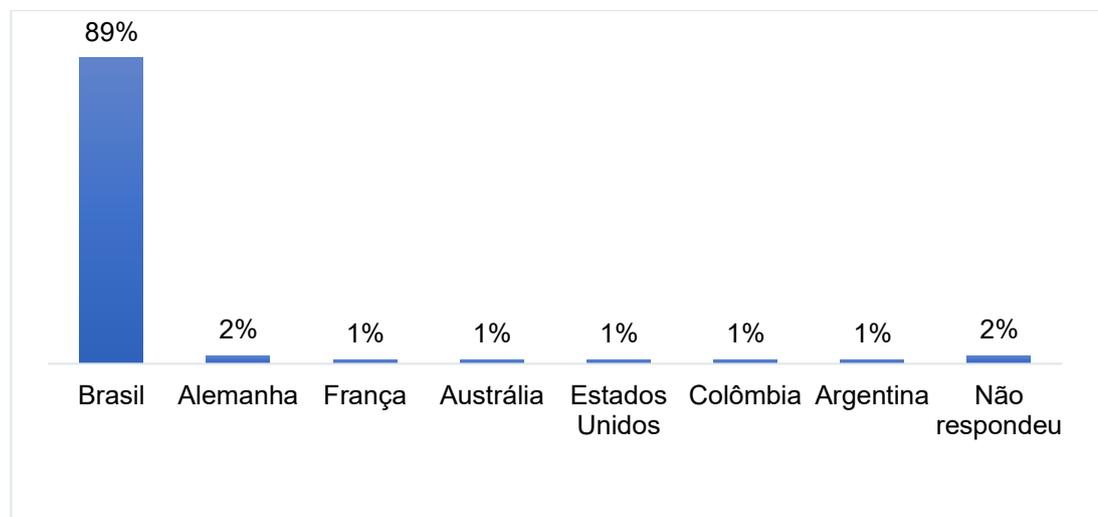
O segundo percentual mais expressivo dos entrevistados, 20%, declarou renda duas faixas abaixo da mais alta, localizando-se na faixa entre 5 e 7 salários-

mínimos (R\$4.990,00 a R\$6.986,00). Os dados mostram que a maioria dos entrevistados, ou seja 58%, possui uma renda muito variável, envolvendo todas as faixas da tabela. Essa constatação é extremamente relevante para desmistificar a suposição de que os turistas que visitam a Amazônia são “ricos”, ideia muitas vezes inculcada por agentes de turismo no imaginário das populações tradicionais.

A alta variação da renda dos turistas sinaliza que as comunidades devem planejar cuidadosamente o preço dos serviços ofertados, a fim de incluir visitantes em todas as faixas de renda, evitando, assim, a seleção prioritária do público com maior poder aquisitivo. Os preços elevados dos serviços em Anã foram apontados pelos *lancheiros* entrevistados como um dos principais fatores para não desenvolver roteiros de visitação turística nessa comunidade.

Em relação ao país de origem, o gráfico 2 mostra que os turistas nacionais predominam em Alter do Chão, com 89% dos respondentes. No entanto, registrou-se a presença de turistas de seis países, com destaque para Alemanha, com 2% dos entrevistados. Isso evidencia que Alter do Chão já é um destino internacional de viagens. Desse modo, necessita investir na comunicação na língua mais falada pelos viajantes, o inglês e na que predomina nos países vizinhos, o espanhol.

Gráfico 2 – País de origem.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

A comunicação em línguas estrangeiras era bastante deficitária no momento da pesquisa de campo, tanto na sinalização visual da vila e seus pontos turísticos, como dos recursos humanos que trabalham na prestação de serviços turísticos,

especialmente os *lancheiros*, que são responsáveis por levar os turistas até as comunidades ribeirinhas de Santarém.

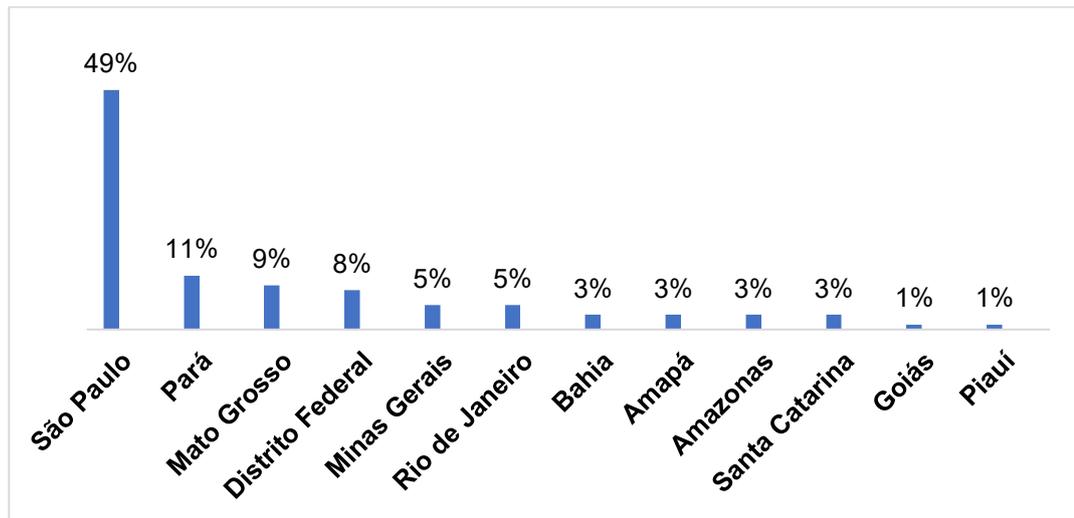
Sobre essa questão, Moreno (2018) relata que os brasileiros, em sua maioria, possuem baixo desempenho na comunicação em inglês. A fluência no inglês dos brasileiros apresenta qualidade tão baixa, que o Brasil ocupou a 53ª posição na edição de 2018, do Índice de Proficiência em inglês realizado pela *Education First* (EF), em 88 países. Classificado no grupo de países com *proficiência baixa*, o Brasil e os brasileiros perdem muitas oportunidades de negócios em mercados globalizados, como o turismo, o que, certamente, posiciona o país como um destino turístico com baixa competitividade no mercado de viagens internacionais.

Observei que a vila possui alguns guias de turismo que atuam como intérpretes quando existem grupos fechados. Os turistas estrangeiros que estão sozinhos precisam se esforçar para se comunicar em português, ou contratam os serviços de passeios sem comunicação interativa, conformando-se em contemplar paisagens, como foi observado *in loco*.

Se há limitação na comunicação com estrangeiros na vila de Alter do Chão, que já é um destino consolidado na Amazônia para os estrangeiros, *quiçá* nas comunidades ribeirinhas da região. Portanto, para desenvolver o turismo comunitário com autonomia, as comunidades de Santarém devem priorizar a formação em línguas estrangeiras, pois à medida que começarem a expor seus serviços turísticos na internet, a tendência é aumentar a demanda oriunda de diferentes nacionalidades.

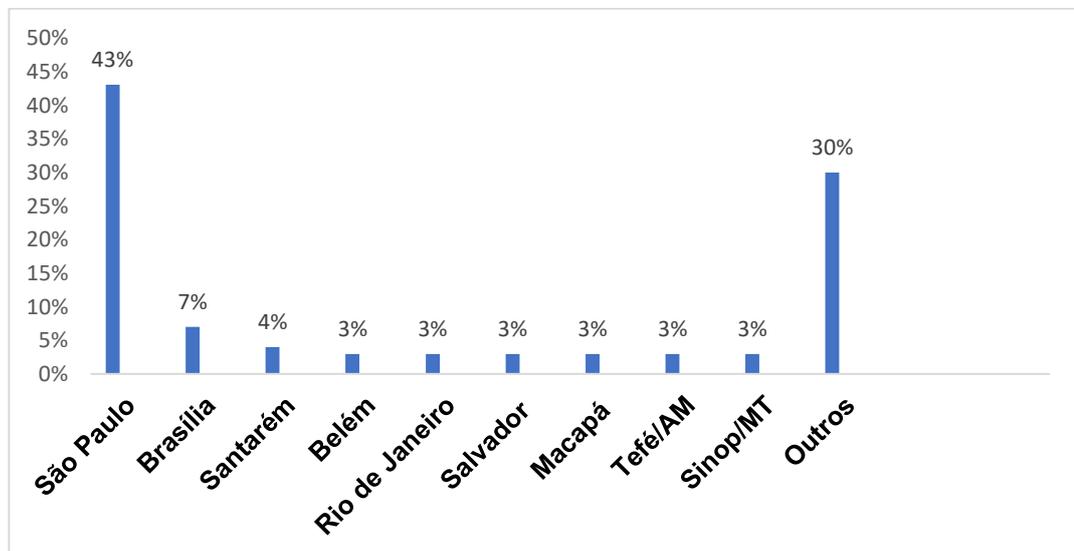
Em relação ao estado brasileiro de origem, o gráfico 3 mostra que o estado de São Paulo é o maior emissor para Alter do Chão, correspondendo a 49% dos turistas e em seguida, o próprio estado do Pará, com 11%. No entanto, dentre as cidades brasileiras, as cidades paraenses não se posicionaram logo após a capital paulista. Assim, a cidade de São Paulo é responsável por 43% da emissão de turistas, depois vem Brasília com 7%, seguida de Santarém com 4% e Belém, com 3%, conforme consta no gráfico 4. O Pará ocupou a segunda posição no gráfico 03 porque, além da capital Belém e de Santarém, os respondentes mencionaram outros municípios do estado, tanto localizados na própria região oeste do Pará, como Itaituba, quanto próximo à capital, como Ananindeua.

Gráfico 3 – Estado brasileiro de origem.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Gráfico 4 – Cidades brasileiras de origem.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Nesse contexto, cabe ressaltar que Silva (2018), ao entrevistar 136 turistas em Alter do Chão para sua pesquisa doutoral, obteve resultados similares no que se refere aos estados de origem. Na pesquisa da autora, São Paulo ficou em primeiro lugar com 17%, e em segundo veio o Pará, com 15%.

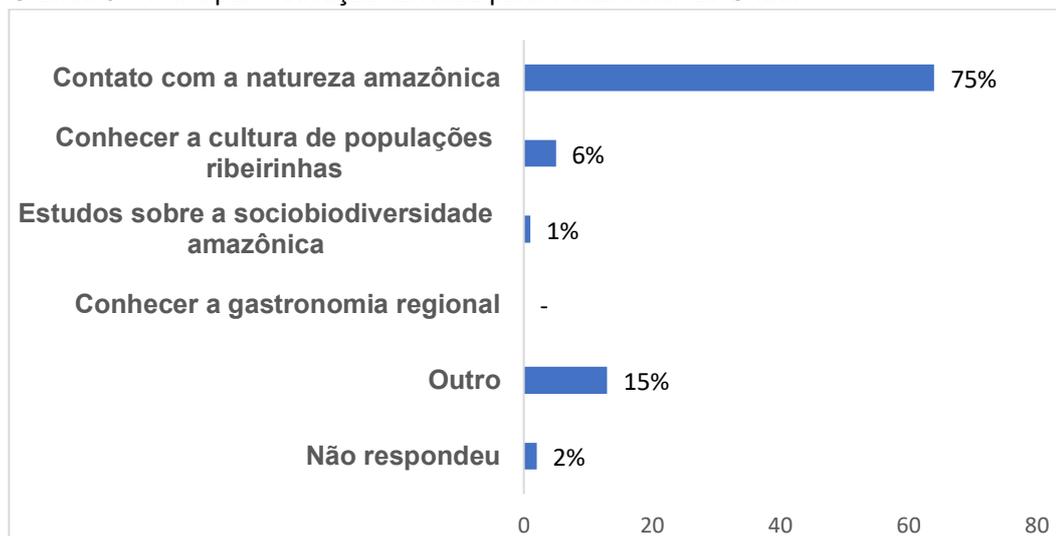
Esses dados sinalizam o interesse do paraense por Alter do Chão, que poderia ser fomentado pelo turismo comunitário das comunidades ribeirinhas, uma vez que os custos de deslocamento são mais acessíveis regionalmente do que para os visitantes oriundos de outros estados. O fomento ao fluxo regional também poderia reduzir os efeitos da sazonalidade turística sobre as comunidades, pois o

turismo comunitário pode estimular visitas de grupos de jovens estudantes, de cientistas da biodiversidade, de praticantes de atividades espiritualistas, entre outros, ao longo de todo o ano, constituindo desse modo, fluxos de visitação não dependentes das viagens de lazer, realizadas por turistas, geralmente, na alta estação.

Certamente, a perspectiva do fluxo regional turístico para as comunidades, lhes proporcionaria independência do fluxo oriundo de outros estados, e, conseqüentemente, dos agentes que dominam essas rotas. No contexto regional, as comunidades têm melhores condições para construir relações comerciais mais simétricas, uma vez que conhecem as especificidades e limitações dos modais de transportes, e características culturais da população, o que lhes asseguraria mais autonomia na gestão do turismo.

A principal motivação turística para visitar Alter do Chão foi o contato com a natureza amazônica, expresso por 75% dos turistas, conforme consta no gráfico 5. Nessa questão, o respondente somente poderia optar por uma variável, sendo assim, aqueles que não perceberam seu interesse contemplado nas opções, escolheram o item *outro*, o que representou 15% do universo da pesquisa. Alguns respondentes definiram outro como: praias; trabalho; “conhecer o projeto Saúde e Alegria”; passeio; “expectativas criadas por uma foto”, e “explorar minha região norte”. Esse último item ratifica a análise anterior sobre fomento ao fluxo regional do turismo para Alter do Chão e comunidades ribeirinhas de Santarém.

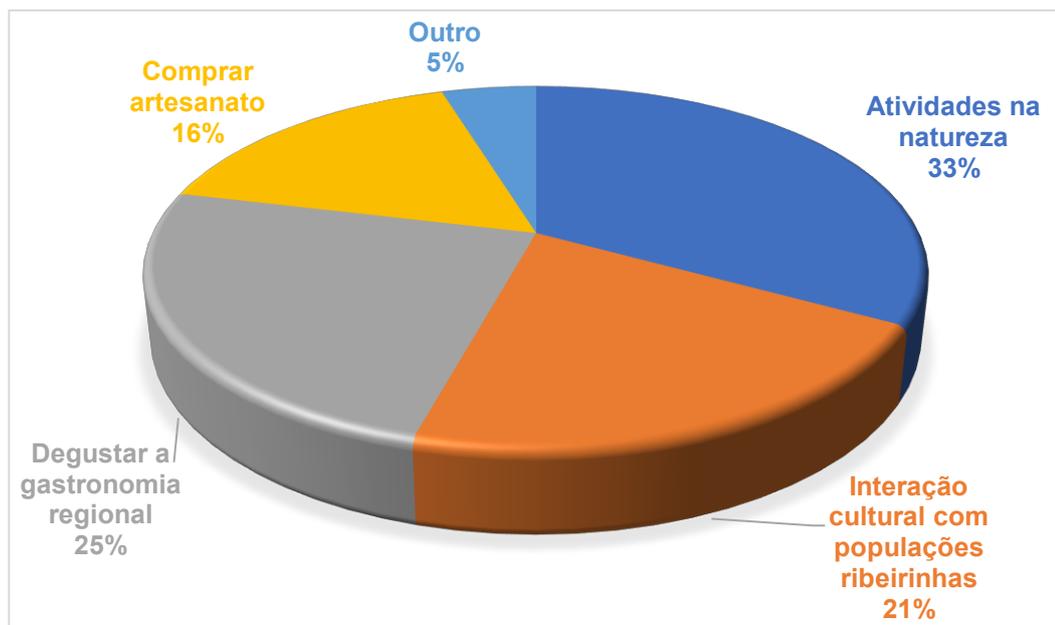
Gráfico 5 – Principal motivação turística para visitar Alter do Chão.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

O gráfico 6 apresenta as atividades realizadas em Alter do Chão por frequência das respostas, uma vez que os respondentes poderiam escolher mais de uma variável. Destacou-se a variável *atividades na natureza* (caminhada na floresta, contemplação de paisagens, observação de fauna e flora etc.), com 33% de um universo de 212 respostas. As variáveis *degustar a gastronomia regional* e *interação cultural com populações ribeirinhas* apresentaram a frequência 25% e 21%, respectivamente. A variável *comprar artesanato* também foi expressiva, com 16%.

Gráfico 6 – Atividades realizadas (ou com pretensão) em Alter do Chão.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

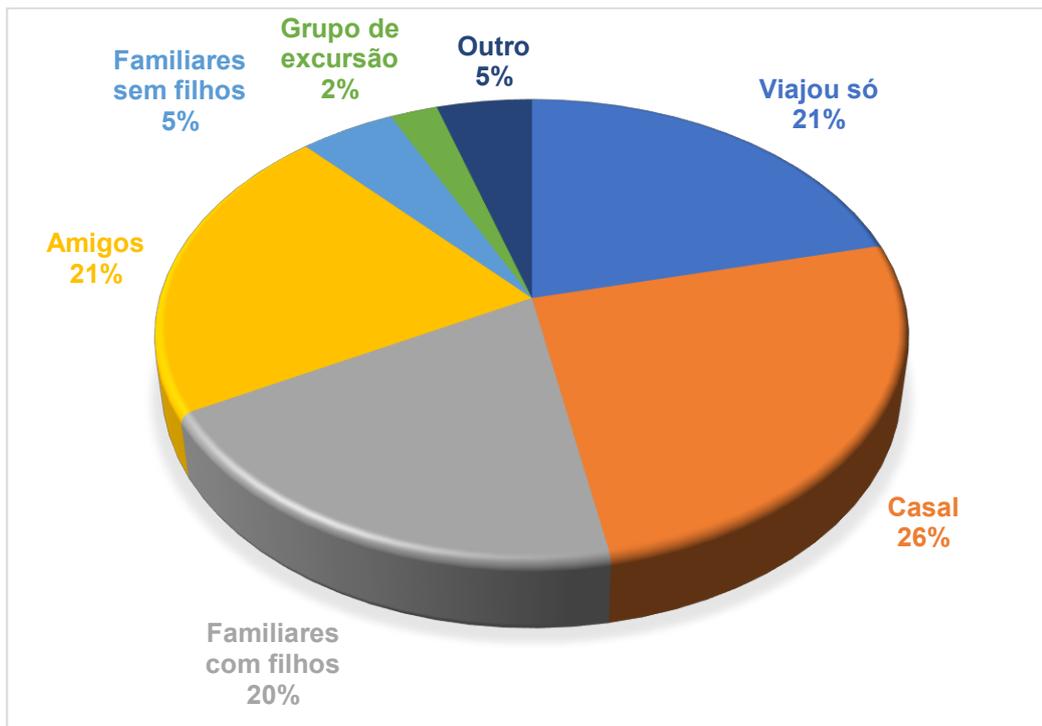
Ressalto que embora os turistas entrevistados tenham escolhido a variável *ter contato com a natureza amazônica* como a principal motivação turística para visitar Alter do Chão (gráfico 5), quando questionados sobre o interesse ou pretensão de atividades no destino (gráfico 6), a maioria das respostas referiu-se às ações ligadas a cultura, como gastronomia, artesanato e interação com as populações locais, que juntas somam 62% das respostas.

Portanto, de acordo com a pesquisa de campo, as comunidades e seu modo de vida ainda não figuram como o principal fator de atratividade para a região, entretanto, elas reúnem todas as outras atividades apontadas pelos turistas como importantes para realizar no destino. Além do que, natureza e cultura não estão dissociadas na realidade amazônica, ao contrário, elas se integram. Desse modo, o tema natureza e cultura constitui um caminho para que os turistas sejam captados pelas comunidades em ações de *marketing*. Também representa uma proposta para

planejar ações de vivências e interações entre anfitriões e visitantes, a fim de promover a troca de saberes e interesses.

Sobre o principal acompanhante na viagem, o maior percentual dos entrevistados, ou seja 26%, declarou estar viajando em casal, conforme apresentado no gráfico 07. Entretanto, as outras variáveis da questão: *viajou só*, *amigos* e *familiares com filhos*, apresentaram, respectivamente 21%, 21% e 20%, que além de serem percentuais próximos, não distam muito da opção *casal*.

Gráfico 7 – Principal acompanhante na viagem.



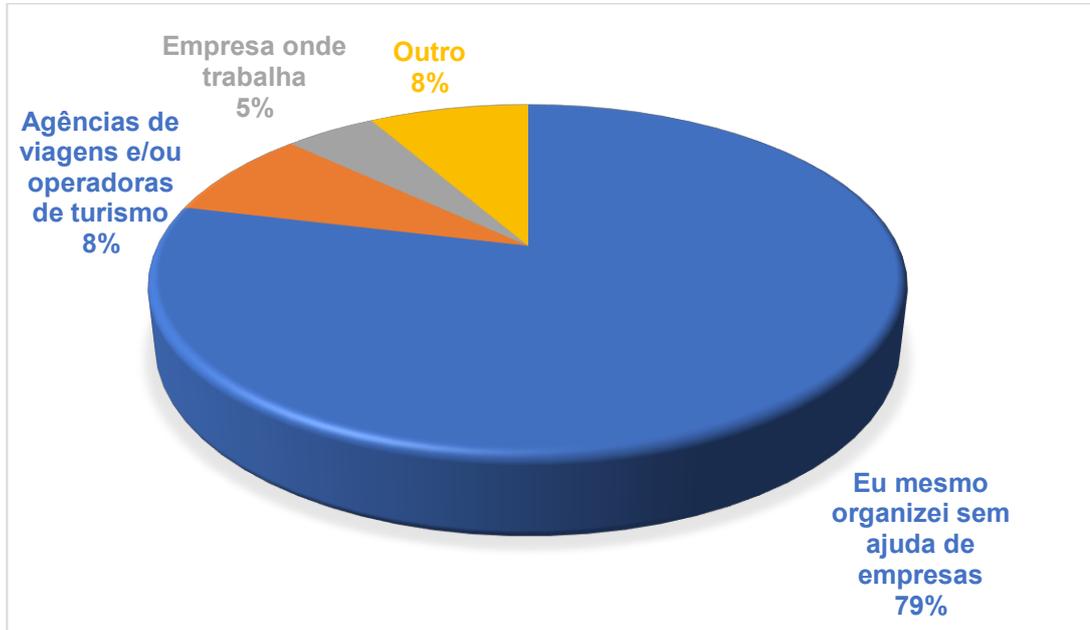
Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Diante desses dados, constato que os turistas apresentam comportamento variado em relação à escolha do acompanhante na viagem, com relativo equilíbrio entre as opções propostas nessa pesquisa. Essa informação pode orientar as atividades dos roteiros propostos pelas comunidades, considerando as demandas específicas de cada forma de realizar a viagem, pois, certamente quem viaja só, solicita serviços divergentes de quem viaja com filhos, amigos ou em casal.

Sobre a organização da viagem, os turistas mostraram que estão mais independentes de empresas de turismo no momento de organizar suas viagens, por isso, um percentual expressivo dos respondentes, 79% declararam que organizaram a viagem por conta própria, enquanto apenas 8% afirmaram a contratação dos

serviços de agências de viagens e/ou operadoras de turismo, conforme se pode observar no gráfico 8.

Gráfico 8 – Como a viagem foi organizada?

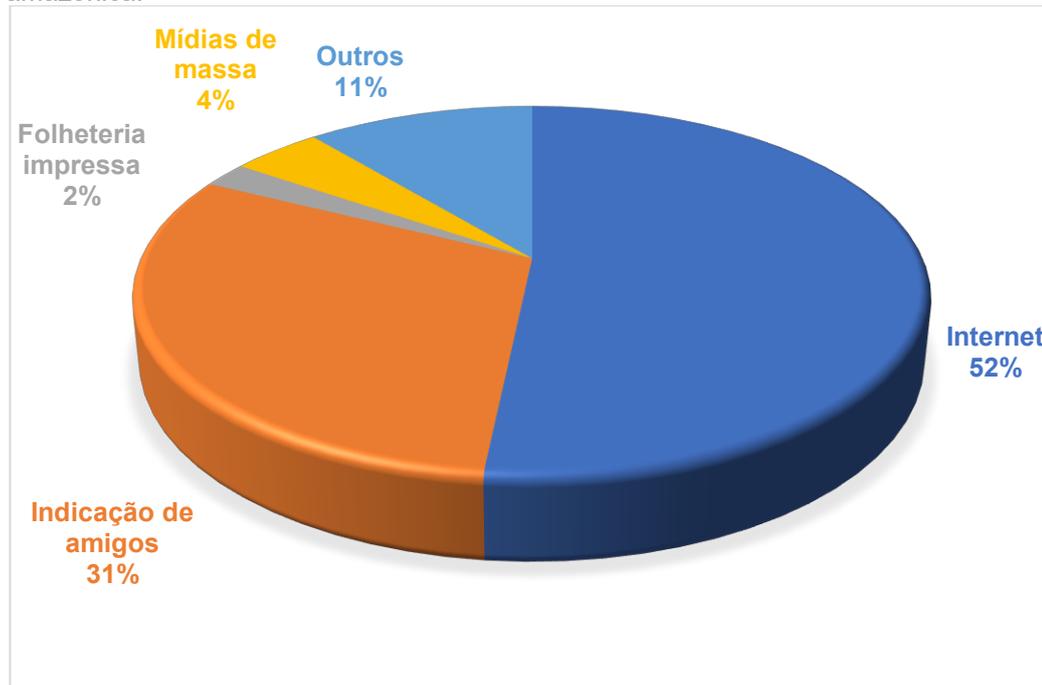


Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Essa independência dos turistas é viabilizada pelo acesso, via internet, aos prestadores de serviços nos destinos. O gráfico 09 mostra que 52% dos respondentes utilizaram a internet para obter informações prévias sobre Alter do Chão e região amazônica. Nesse gráfico é possível constatar que as mídias de comunicação em massa mais importantes, como jornais, rádio e televisão foram acessadas por apenas 4% dos respondentes, e a folheteria impressa (geralmente utilizada para divulgar destinos) por 2%, ou seja, as mídias mais tradicionais utilizadas para disseminar informações tornaram-se inexpressivas no planejamento de viagens para os atuais viajantes.

O gráfico 9 também mostra que a indicação de amigos obteve um percentual importante, 31% dos respondentes, como meio para obter informações prévias sobre o destino. Os dados dos gráficos 8 e 9 permitem algumas interpretações para o fomento do turismo comunitário na Amazônia.

Gráfico 9 – Meios utilizados para obter informações prévias sobre Alter do Chão e região amazônica.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

As comunidades ribeirinhas de Santarém que desejam trabalhar com o turismo precisam, em primeiro lugar, lutar para implantar antenas de comunicação em seus territórios, pois essa ainda não é uma realidade nessas localidades. De posse desse meio de comunicação, as lideranças comunitárias devem eleger jovens como responsáveis por algumas ações no ambiente virtual: criar e movimentar perfis em redes sociais; divulgar serviços turísticos locais em um blog próprio, bem como em blogs, revistas, comunidades virtuais, entre outros, especializados na Amazônia; estabelecer contato comercial direto com os turistas por meio de *e-mails* e/ou *chat* de conversação.

Isso tudo possui baixo custo para a comunidade e é altamente eficaz para a comunicação com o público-alvo do turismo comunitário, além de proporcionar a autonomia às comunidades turísticas.

A outra questão a destacar é a importância da satisfação dos clientes atendidos como estratégia de divulgação da comunidade. Pessoas somente indicam destinos a amigos nos quais tenham tido boas experiências e, portanto, memórias positivas. Sendo assim, prestar serviços com qualidade é garantir que os turistas satisfeitos se tornem referências de indicação com muito mais poder de influência sobre turistas potenciais do que a publicidade paga, por exemplo.

Uma forma de acompanhar esse processo é monitorar a satisfação dos turistas com os serviços consumidos, por meio de questionários de satisfação, uma estratégia simples, mas que não foi identificada nem nas comunidades analisadas nem em Alter do Chão.

Sobre as expectativas em relação à Alter do Chão e região amazônica, o gráfico 10 mostra que 50% dos entrevistados afirmaram que superou e 40% declararam que atendeu plenamente. Em relação aos 7% que declararam que atendeu em parte, registraram no questionário os seguintes motivos: pouca praia pelo rio estar muito cheio; falta melhorias nas estruturas; falta estrutura e diversidade de culinária; muito lixo na praia.

Gráfico 10 – A viagem atendeu às suas expectativas?



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

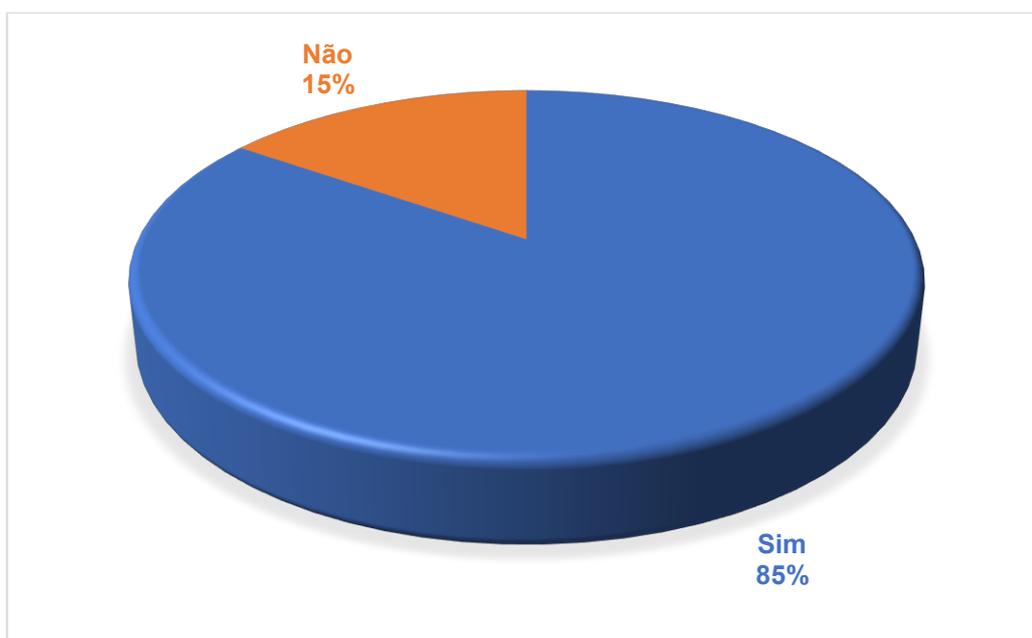
Silva (2018) também inquiriu em sua pesquisa, anteriormente mencionada, o grau de satisfação dos turistas com a experiência de visita em Alter do Chão. Como resultado, a autora obteve: 54% registraram satisfação e 40% registraram satisfação total.

Ambas as pesquisas apontam que os turistas ficaram majoritariamente satisfeitos com o destino Alter do Chão, com apenas 1% de insatisfação nas duas investigações. Isso é muito positivo para as comunidades ribeirinhas de Santarém, pois podem associar sua imagem a imagem positiva de Alter do Chão e, dessa

forma, ganhar mais visibilidade junto aos turistas potenciais, quando esses estão buscando informações prévias sobre o destino na internet.

Ao serem questionados se estavam visitando Alter do Chão pela primeira vez, 85% dos respondentes afirmaram que sim, enquanto 15% afirmaram já conhecer o lugar, conforme mostra o gráfico 11. Portanto, esse destino turístico ainda é pouco visitado pelos brasileiros, pois foi a minoria que declarou conhecer previamente a vila de Alter e entorno.

Gráfico 11 – É a primeira vez que visita Alter do Chão?



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Entretanto, alguns dados apontam o aumento na circulação de pessoas em Santarém, que pode impactar no aumento de fluxo turístico em Alter do Chão. De acordo com pesquisa publicada pela SETUR nomeada “O turismo no estado do Pará em 2019”, houve uma variação de 10,6% no período de 2018/2019, no movimento de passageiros nacionais no aeroporto de Santarém, enquanto a variação no aeroporto de Belém no mesmo período foi de apenas 4,38%.

O aumento de pessoas circulando por Santarém é uma oportunidade para o turismo comunitário ganhar espaço, pois observei em campo, que muitos turistas independentes aceitam utilizar embarcação regional¹⁶ para chegar até às

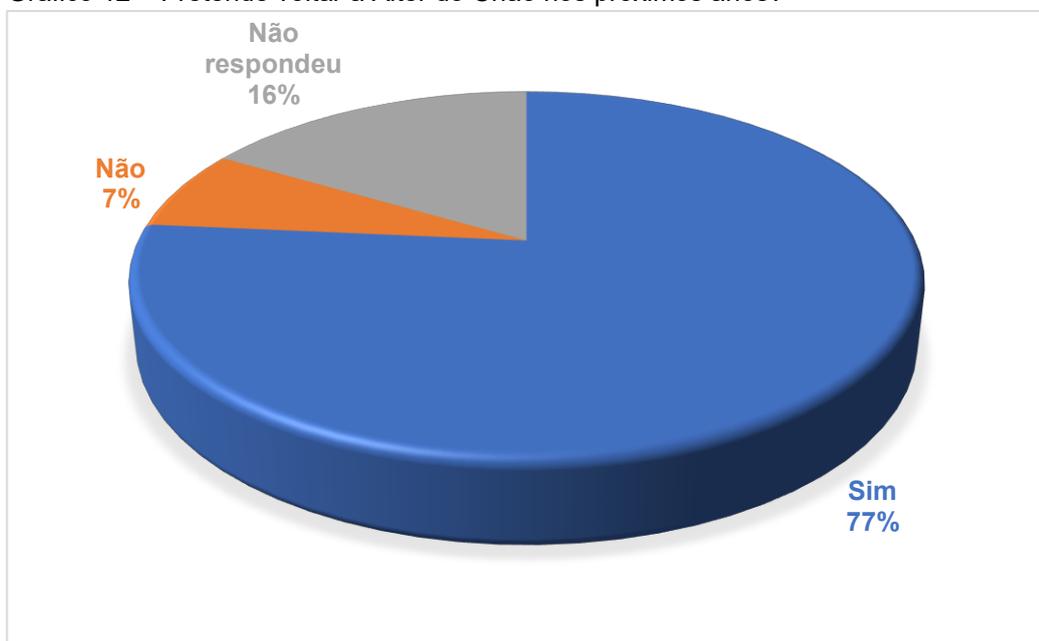
¹⁶ A embarcação regional é um barco de madeira, que transporta pessoas e cargas pelos rios da região Amazônica. Nesses barcos são atadas redes pelos passageiros, para descanso, em função das grandes distâncias percorridas entre o embarque e o desembarque. Essa é uma experiência muito autêntica para os turistas porque observam o modo de viagem peculiar das populações amazônicas.

comunidades da região, como é o caso dos roteiros vendidos pela TURIARTE. Esses roteiros são fechados previamente com os turistas antes de sua chegada à Santarém, ou seja, não é um serviço divulgado para o visitante que está circulando espontaneamente pela cidade. Mas deveria ser mais divulgado, já que as embarcações saem do porto de Santarém, e muitas comunidades possuem barco próprio e linha direta.

Em conversas informais com turistas em Santarém, identifiquei que eles não acessaram nenhuma informação na cidade referente a visita às comunidades ribeirinhas. Já em Alter do Chão, alguns turistas informaram que não identificaram na vila informações específicas sobre turismo em comunidades, ressaltando que a única forma de saber sobre a possibilidade de visitar as comunidades do entorno se deu por intermédio dos *lancheiros*, quando estes apresentavam seus passeios pela região.

Sem dúvida, a maior limitação identificada em campo para o fomento do turismo comunitário em Santarém é a comunicação e divulgação interna, que é deficiente e incipiente diante do fluxo de visitação que vem crescendo no município, e na vila de Alter do Chão. Apesar de todas as dificuldades relatadas, os turistas afirmaram, em sua maioria, 77% dos entrevistados, que pretendem voltar à Alter do Chão nos próximos anos, de acordo com o gráfico 12.

Gráfico 12 – Pretende voltar à Alter do Chão nos próximos anos?



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

2.2.1 Recomendações a partir das evidências estatísticas

A pesquisa de campo revelou que os turistas que circulam por Alter do Chão e comunidades ribeirinhas de Santarém são pessoas jovens, em sua maioria na faixa etária de 25 a 44 anos, solteiros e com alto grau de escolaridade, que envolve ensino superior com pós-graduação em nível de mestrado e doutorado. Esse perfil favorece uma conduta independente na organização de viagens, como foi demonstrado por meio dos dados. Sendo assim, ao identificar que os turistas investigados não utilizam os serviços de agências e/ou operadoras de turismo para chegar até Santarém e Alter do Chão, essa pesquisa sinaliza às comunidades que elas não precisam dos intermediadores tradicionais para acessar os visitantes no mercado, ou seja, elas podem construir uma comunicação direta com o público-alvo visando à comercialização de seus serviços. Embora enfatizado anteriormente, é importante reforçar que a comunicação eficaz entre *fornecedores* e *consumidores* de negócios turísticos comunitários foi percebida como o primeiro passo na construção da autonomia comunitária.

Entretanto, para que essa comunicação direta se efetive, as comunidades precisam se mobilizar para instalar, em seus territórios, antenas de comunicação que possibilitem bom alcance e cobertura de sinal, pois a internet é o ambiente midiático apontado pelos turistas como principal meio para obter informações e planejar a viagem de forma independente.

Outro dado relevante da pesquisa foi a identificação de que a cidade de São Paulo, localizada no sudeste do País, é a cidade mais emissora de turistas para Alter do Chão do que as cidades do seu próprio estado. Esse contexto denota ausência de fomento ao turismo regional e forte articulação de operadoras paulistas com prestadores de serviços em Santarém e Alter. Com base nessa informação as comunidades podem fomentar um novo mercado consumidor, o regional, e dessa forma construir mais um caminho rumo à autonomia na gestão local do turismo, uma vez que deixariam de depender do fluxo oriundo de São Paulo, controlado por grandes operadores turísticos.

No contexto regional, existem várias oportunidades para as comunidades: menor distância entre cidades emissoras e destino; maior proximidade com parceiros comerciais indispensáveis para montar roteiros, como os de transporte; eventos locais que poderiam agregar o turismo comunitário como produto; nichos

diversos de visitantes de um dia, como grupos escolares, cientistas e empresários em trânsito por Santarém, entre outros.

Por fim, e não menos importante, destaco os relatos de turistas sobre a importância da indicação de amigos como estratégia utilizada para escolher destinos de viagem. Um casal relatou que a exposição para amigos sobre as belezas naturais, *o povo encantador* de Alter e comunidades ribeirinhas visitadas, foi capaz de influenciar oito pessoas a visitar a região, apenas quatro meses após a realização de sua viagem a Alter.

Esse depoimento revela que para alcançar a autonomia na gestão do turismo, e sua permanência como destino de turismo comunitário na Amazônia, as comunidades precisam, em primeiro lugar, prestar um bom serviço aos visitantes e turistas conquistados. Além disso, devem investigar a satisfação deles sobre a experiência vivida, pois eles serão os maiores propagadores dos *encantos* naturais e culturais das populações tradicionais amazônicas.

Acredito que a autonomia tratada nesse estudo também se constrói pelo respeito aos interesses e expectativas daqueles seres com os quais as comunidades desejam estabelecer trocas culturais e afetivas, pois ao se perceberem envolvidos em relações de trocas múltiplas, que não se reduzem ao econômico estabelecido inicialmente, os turistas entenderão que as comunidades conseguiram, finalmente, criar um *produto turístico* direcionado ao *viajante*, que é aquele que realmente almeja se conectar com o lugar e as pessoas.

Portanto, nesse contexto, esse produto não precisa ser mediado por quem não compreenda a *alma* desse negócio, o que lhe confere a condição tão debatida nessa investigação, de possuir/construir autonomia na gestão local do turismo.

2.3 Comunidade Anã

2.3.1 Organização socioeconômica

A comunidade Anã está localizada na área territorial da Reserva Extrativista (RESEX) Tapajós-Arapiuns, à margem direita do rio Arapiuns (ver fig. 1), afluente do rio Tapajós, município de Santarém, no oeste do Estado do Pará.

Figura 1 – Reserva Extrativista (RESEX) Tapajós-Arapiuns.



Fonte: Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta - TURIARTE¹⁷.

Em virtude de integrar uma Unidade de Conservação (UC), a comunidade precisa atender às regras que determinam restrições de uso dos recursos naturais, por isso foi afixada na vila comunitária a placa indicativa do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) (ver figura 2).

Figura 2 – Placa indicativa da RESEX na comunidade Anã.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

¹⁷ Figura retirada do material gráfico utilizado para divulgar os roteiros comercializados pela TURIARTE, recebido por e-mail. Fonte: TURIARTE (turiarteamazonia@gmail.com). [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por giselle.tur@hotmail.com em 5 agosto 2016.

Dada sua localização geográfica, a única forma de chegar à Anã é por via fluvial, motivo que define a primeira característica dos moradores desse lugar: ribeirinhos. O barco da comunidade nomeado de Pereira Neto (ver figura 3) faz a rota Santarém-Anã, às terças-feiras e sextas-feiras, e a rota Anã-Santarém, aos domingos e quartas-feiras.

Figura 3 – Barco Pereira Neto da comunidade Anã.



Foto: Autora, 2016

O embarque para Anã é realizado no porto de Santarém (ver figura 4), e a viagem começa por volta das 11h da manhã. Dependendo do número de paradas da rota do dia, a viagem dura de 4 a 5 horas. O barco é do tipo regional, em madeira, de pequeno porte, com estrutura para atar redes (ver figura 5), que é um hábito da cultura local.

Figura 4 – Porto de Santarém.



Foto: Autora, 2016.

Figura 5 – Estrutura do barco regional para atar redes.



Foto: Autora, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

A viagem fluvial inicia pelo rio Tapajós, que corre em frente a Santarém, e, posteriormente, segue para o seu afluente rio Arapiuns. Nesse percurso é possível contemplar a flora, a fauna e a vida ribeirinha características da paisagem amazônica.

O desembarque do barco Pereira Neto em Anã foi realizado direto no rio Arapiuns (ver figura 6), porque à época que a primeira viagem de campo foi realizada (agosto/2016), o rio estava baixo pela estiagem das chuvas. Os barcos só conseguem atracar no porto da comunidade no período do inverno amazônico (janeiro a junho), quando o volume de água decorrente das chuvas eleva o nível dos rios da região.

Figura 6 – Desembarque no rio Arapiuns, em Anã.



Foto: Autora, 2016.

A figura 7 demonstra a altura do porto em relação ao nível do rio em agosto de 2016, época do verão amazônico (julho a dezembro).

Figura 7 – Porto de Anã.



Foto: Autora, 2016.

A área territorial da comunidade Anã é formada por apenas uma rua principal, denominada Av. Ivo Godinho, em homenagem ao seu fundador. Esta rua, que possui seis travessas paralelas, percorre a vila da comunidade de leste a oeste. Do lado oeste é limitada pela casa de Maria Odila Godinho, e do lado Leste pela casa de Reinaldo. A figura 8 mostra a Av. Ivo Godinho, e a figura 9 mostra o mapa que apresenta toda a extensão da vila, e suas limitações.

Figura 8 – Rua principal da comunidade Anã, Av. Ivo Godinho.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

Figura 9 – Mapa da área territorial da comunidade Anã.

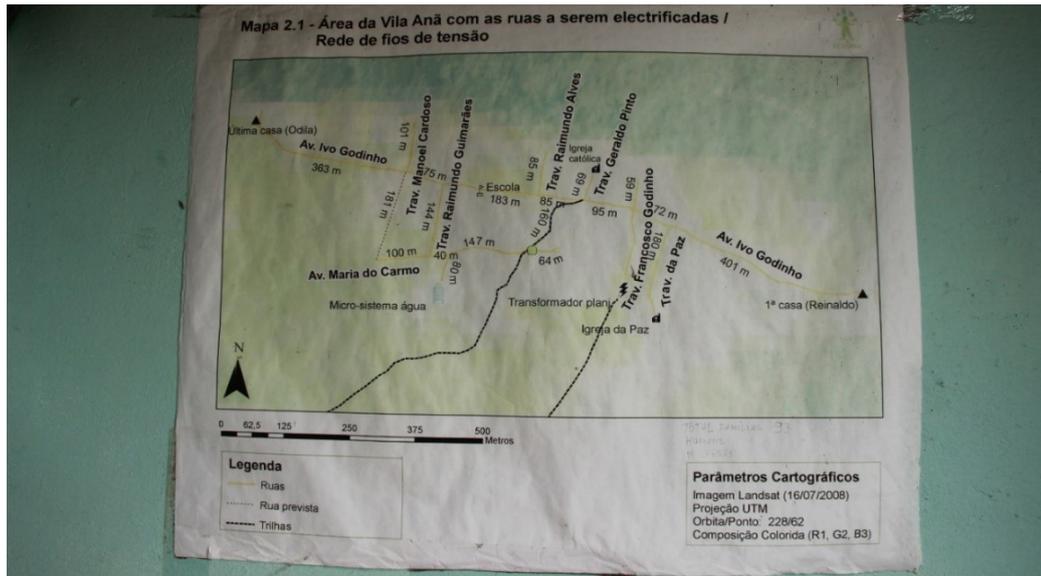


Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

O mapa exposto encontra-se afixado na parede do posto de saúde comunitário e serve para guiar o trabalho domiciliar dos agentes locais de saúde. Este mapa informa que a casa da *Odila* é a *última casa* da vila. Entretanto, após a casa mencionada, está localizado o empreendimento turístico de Anã, ou seja, em uma área territorial fora da vila comunitária, o que permite concluir que os turistas ficam segregados espacialmente. A figura 10 mostra o caminho que passa em frente à casa de Maria Odila Godinho, que conduz até à hospedaria.

Figura 10 – Casa da Maria Odila Godinho e o caminho para o empreendimento turístico de Anã.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

A comunidade Anã foi fundada entre os anos de 1954 e 1958 pelo português Ivo Godinho, e possui 93 famílias (CEAPS, 2011). No entanto, de acordo com o censo realizado em 2016 pelo presidente da APROANÃ, Aílson Imbiriba, a comunidade Anã é composta por 110 famílias, que totalizam uma população que varia de 390 a 420 pessoas.

Para o presidente da APROANÃ, o erro da contagem oficial é que ela somente contabiliza a quantidade de casas, sem observar o número de famílias que habitam cada casa. Sua fala revela que ele conhece bem a dinâmica da organização social local, apesar de ser uma pessoa jovem, com apenas 22 anos (idade no ano de 2017). Ele explica que

[...] dão (*sic*) 93 famílias porque praticamente era quase 96 casas que tinha, mas tem família aí que numa casa tem três famílias, pois os filhos se juntam e não sabem fazer casa, fica só na casa do pai, aí eles contavam muito assim, tipo por casa, eu não, fiz assim por família, porque quando se junta um homem e uma mulher é uma família né, embaixo da casa do pai¹⁸.

Aílson Imbiriba foi o primeiro jovem a assumir a presidência da APROANÃ, que por mais de 10 anos foi ocupada pela alternância de seus pais, Antônio W. S. Cardoso e Reginalva Godinho. Assim, embora esteja sendo conduzida por um jovem, a associação comunitária continua sob a liderança da mesma família, que se constitui como um grupo de poder em Anã.

Na pesquisa de campo, realizada em julho de 2019 para levantar o perfil socioeconômico da comunidade, foram entrevistadas 44 famílias. É importante destacar que foram selecionadas, inicialmente, 40 residências no espaço físico da vila, utilizando-se como único critério de escolha que uma casa não estivesse ao lado da outra, ou seja, selecionava-se uma casa, e a localizada imediatamente ao lado era excluída da pesquisa.

Desse modo, a intenção era evitar aplicar a pesquisa com parentes diretos, que geralmente residem em casas contíguas. No entanto, em quatro residências moravam 2 famílias, o que elevou a amostragem da pesquisa para o total de 44 famílias. Essa informação vai ao encontro do que foi mencionado por Aílson Imbiriba sobre uma moradia ser habitada por mais de uma família.

¹⁸ Alison Imbiriba. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

A tabela 3 mostra a frequência por faixa etária das 149 pessoas que formam as 44 famílias.

Tabela 3 – Idade dos moradores da comunidade Anã.

Faixa etária	N	%
0 a 9	26	17%
10 a 19	43	29%
20 a 29	13	9%
30 a 39	28	19%
40 a 49	5	3%
50 a 59	10	7%
60 a 69	10	7%
70 a 79	8	5%
80 +		
NR	6	4%
Total	149	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

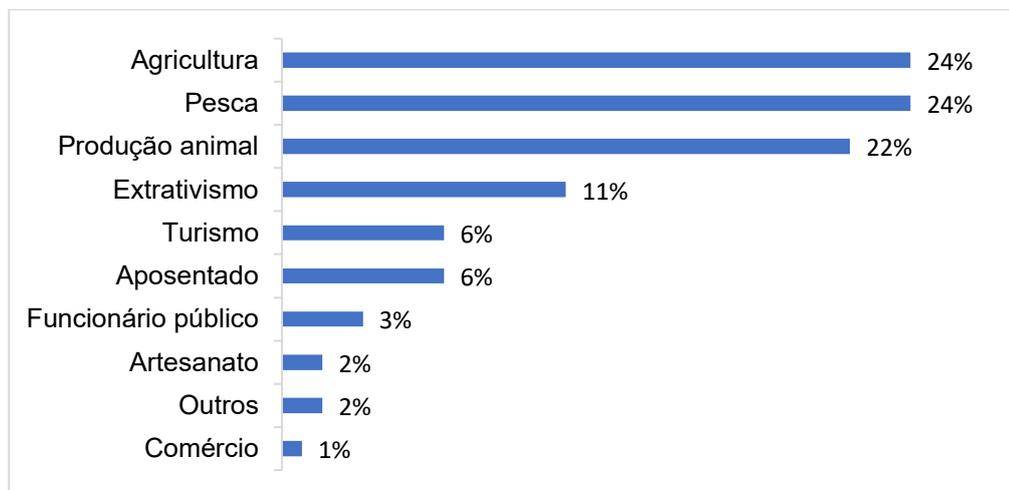
De acordo com a tabela, a população amostral é, majoritariamente, jovem, pois 17% (26) dos moradores possuem entre 0 e 9 anos de idade, e 29% (43) possuem entre 10 e 19 anos, o que totaliza 46% do total da amostra. Esse dado é importante para orientar as ações de desenvolvimento da comunidade, especialmente as que se referem à educação e à captação de recursos para projetos sociais. Também é relevante destacar que o maior percentual da tabela 29% (43) corresponde à faixa etária de 10 a 19 anos, o que favorece a realização de um trabalho de formação dos jovens direcionado para a gestão local do turismo.

A inserção dos jovens no turismo atenderia dois objetivos: garantiria a continuidade do empreendimento turístico, que atualmente é administrado por uma senhora de quase 70 anos e por um rapaz de 40 anos, e geraria emprego para a população jovem comunitária, evitando assim o exodo desse grupo para a cidade de Santarém em busca de melhores oportunidades. Além do mais, os jovens têm maior facilidade com as novas tecnologias de comunicação no ambiente virtual, o que promoveria maior conectividade da comunidade com o mercado de viagens.

Em relação à religião, a católica predomina entre as 44 famílias, com 70% (31), seguida pelos evangélicos da Igreja da Paz com 20% (9), e da Assembleia de Deus, com 8% (3). A comunidade tem igreja das três religiões, e aparentemente, convive de forma harmônica com a diversidade religiosa.

Sobre a ocupação das famílias, o gráfico 13 apresenta as atividades mais indicadas por frequência das respostas, uma vez que os respondentes poderiam escolher mais de uma variável. Destacaram-se as variáveis *agricultura* e *pesca*, ambas com 24% (31) de um universo de 129 respostas. A variável *produção animal* também foi expressiva com a frequência de 22% (28), que foi mencionada, de forma majoritária, para a criação de galinhas. É importante ressaltar que a opção *extrativismo* aparece em 4º lugar entre as ocupações citadas, com 11% (14). Esse dado é relevante porque a comunidade encontra-se em uma RESEX, que legalmente classifica as populações moradoras da área como “populações extrativistas tradicionais, cuja subsistência baseia-se no extrativismo e, complementarmente, na agricultura de subsistência [...] (BRASIL, 2000, art.18)¹⁹. As questões legais e seus impactos sobre o uso do território e os recursos dele extraídos serão debatidos mais profundamente na seção *As fronteiras étnicas e territoriais de uma comunidade tradicional para viver na RESEX Tapajós-Arapicuns*.

Gráfico 13 – Ocupação por família, de acordo com a frequência de respostas.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

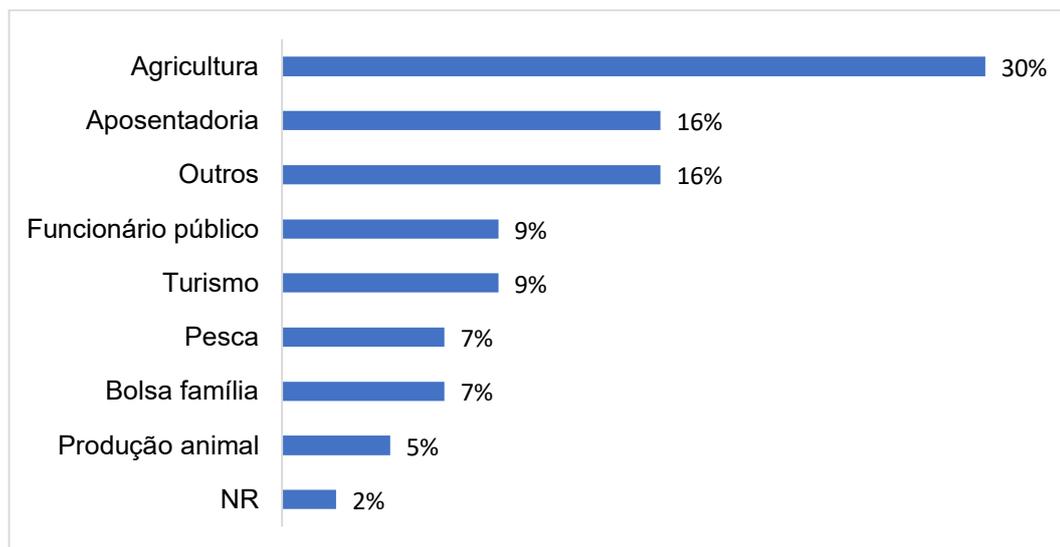
¹⁹ Lei 9.985 de 18 de julho de 2000, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC).

Art. 18. A Reserva Extrativista é uma área utilizada por populações extrativistas tradicionais, cuja subsistência baseia-se no extrativismo e, complementarmente, na agricultura de subsistência e na criação de animais de pequeno porte, e tem como objetivos básicos proteger os meios de vida e a cultura dessas populações, e assegurar o uso sustentável dos recursos naturais da unidade. (Regulamento) (BRASIL, 2000).

O gráfico 14 mostra as atividades que geram a maior renda familiar. Essa questão foi separada da primeira porque constatei, no teste do questionário realizado em 2017, que nem sempre elas são correspondentes. Sendo assim, apenas a variável *agricultura* foi a atividade que recebeu maior frequência de respostas nos dois gráficos, o que permite observar que é a maior ocupação das famílias consultadas da comunidade Anã e, ao mesmo tempo, a atividade econômica que gera maior renda para essas famílias, com 30% (13). A agricultura mencionada refere-se ao cultivo da mandioca, de onde se retira a farinha e a goma, portanto, é um insumo que possibilita dois produtos para venda, conforme indicado pelas famílias. Importante destacar que nessa questão, as 44 famílias só poderiam apontar uma única atividade como maior fonte de renda.

Após agricultura, aparece *aposentadoria* e *outros*, ambas com 16% (7) do total das 44 respostas. O termo *outros* engloba as seguintes ocupações: carpinteiro (2); fabricação de pão (1); bicos em geral (1); assalariado (1); retirada de madeira (1); comércio (1).

Gráfico 14 – Atividade econômica que gera maior renda familiar.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Um estudo realizado em 2011 na RESEX Tapajós-Arapiuns nomeado Mapeamento Participativo do Uso dos Recursos Naturais (MPURN) definiu cinco atividades produtivas na área legal: agricultura; pecuária; extrativismo, pesca e turismo. Com base nessa referência, e nos dados coletados em campo posso inferir conclusões relevantes:

a) A agricultura é a principal atividade econômica de Anã. Além dela, as outras duas atividades econômicas mais expressivas não correspondem às atividades produtivas elencadas no MPURN;

b) O extrativismo é uma atividade que promove a ocupação das famílias locais, mas não gera nenhum sustento econômico para elas, já que não foi citado como atividade econômica;

c) A pesca e a produção animal, embora gerem maior ocupação para as famílias que o turismo, esta atividade proporciona mais renda. Isso ocorre, provavelmente, pelo fato de que aquelas atividades estejam voltadas para a subsistência, e o turismo, ainda que seja uma atividade econômica sazonal, oferece maior renda por menor tempo de trabalho que as atividades tradicionais;

d) A pecuária é uma atividade inexistente na comunidade Anã;

e) A pesca deveria estar mais bem posicionada no levantamento amostral que o turismo, se considerarmos que a comunidade tem um projeto de criação de tambaqui reconhecido como um dos mais antigos na região, e que por isso poderia ser um polo distribuidor dessa espécie na área do entorno. No entanto, identifiquei *in loco* que isso não acontece por dificuldades na gestão do referido projeto.

f) O turismo pode ser a terceira atividade econômica mais rentável na comunidade ao observarmos as respostas das famílias em números absolutos: *turismo* (4) empatou com *funcionário público* (4); a categoria *outros*, embora tenha recebido 7 indicações, refere-se a atividades diversas. Portanto, se separarmos a categoria *outros* por atividade econômica citada, teremos uma pulverização de atividades na escala, o que permite ao turismo em conjunto com a categoria *funcionário público* ocupar a terceira posição no gráfico.

O posicionamento do turismo dentre as três principais atividades econômicas na comunidade Anã é ainda mais relevante ao observarmos que, ao serem questionadas se participavam do grupo na comunidade que trabalha com o turismo, 68% (30) das 44 famílias afirmaram que não. Ou seja, apenas 32% (14) trabalham com o turismo, de forma direta ou indireta. Na forma direta, estão a maior parte dessas famílias (11), desenvolvendo, simultaneamente, as seguintes funções: guia de passeio (10); tarefas na cozinha (8); faxineira no empreendimento turístico (7); manutenção da estrutura física no empreendimento (7); integrante da coordenação do grupo local de turismo (3); transporte (2). Na forma indireta, estão apenas 3

famílias no fornecimento de alimentos (galinha, peixe e hortaliças) para o empreendimento turístico.

Nesse contexto, é possível inferir que embora a renda proveniente do turismo esteja concentrada na minoria da população local, ela é bastante expressiva no orçamento familiar, já que figura como a terceira atividade econômica mais citada pelas famílias consultadas.

Outro dado que chama atenção na pesquisa é o motivo pelo qual as famílias não participam da atividade turística. No universo das 30 famílias, o porquê apresentado para não trabalhar com o turismo surpreende, conforme consta na tabela 4:

Tabela 4 – Motivo apresentado pelas famílias para não trabalhar com o turismo na comunidade.

Variável	N	%
Não tem interesse	18	60,0
Não teve oportunidade	8	27,0
Não respondeu	3	10,0
Não se adaptou	1	3,0
Total	30	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

A pesquisa de campo mostra que entre as 30 famílias que declararam não trabalhar com o turismo, 60% (18) optaram por isso, pois afirmaram não ter interesse. Enquanto apenas 27% (8) expressaram que não tiveram oportunidade em ingressar no negócio turístico local. Ao relacionar os dados da tabela 04 com os dados do gráfico 14 identifica-se elementos para formular duas hipóteses:

a) As famílias que declararam desinteresse pelo turismo desconhecem a importância dessa atividade econômica na renda familiar.

b) O desinteresse pelo turismo, declarado pelas famílias participantes da pesquisa, é resultado de divergências internas na gestão dessa atividade em função da assessoria externa da ONG PSA, que exerce, declaradamente, poder sobre algumas lideranças locais envolvidas com a operação local do turismo. Nessa

hipótese, fica evidente a não adesão ao turismo, de modo intencional, de boa parte das famílias locais, o que ratifica a constatação empírica de que a atividade turística desenvolvida em Anã não possui, de fato, uma base comunitária.

Em relação à educação, Anã possui escola municipal que oferta o ensino da educação infantil ao ensino médio (ver figura 11). Essa escola funciona em parceria com o poder estadual para envio de professores que ministram aulas no sistema modular.

Figura 11– Escola Municipal de Ensino Fundamental Nossa Senhora de Fátima.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

A comunidade Anã possui água encanada, mas não dispõe de energia elétrica durante o dia. A população local só tem energia elétrica das 19h às 22h30, viabilizada por um gerador. No entanto, o empreendimento turístico de Anã tem luz elétrica 24h porque possui *placas solares* para captar luz solar. A energia gerada por essas placas fica armazenada em baterias que alimentam eletricamente toda a estrutura do empreendimento turístico, de modo exclusivo, ou seja, não há direcionamento dessa energia para a comunidade.

Essa situação demonstra que o empreendimento turístico é uma espécie de enclave em Anã, na medida em que ele não estende à comunidade suas tecnologias de infraestrutura que poderiam melhorar a qualidade de vida da população local, haja vista que a luz elétrica possibilitaria a aquisição de geladeira pelas famílias e, conseqüentemente, consumo de maior variedade de alimentos. A condição de

enclave poderia ser alterada se fosse estipulado um percentual sobre o valor pago pelo turista a ser destinado a um fundo financeiro para melhorias em toda a comunidade.

O gerador é da comunidade, mas cada família paga R\$ 30,00/mês para ter luz em sua residência. A gestão financeira desse gerador é feita por uma coordenação vinculada à APROANÃ. O presidente dessa associação informou, em janeiro de 2017, que cerca de 72 famílias pagam a taxa mensal do gerador.

O posto de saúde de Anã foi inaugurado em 1988 e está em funcionamento. Embora seja um anexo do polo de São Miguel, o posto de Anã possui, atualmente, uma equipe composta por enfermeira, que reside na própria comunidade, dois agentes comunitários de saúde e um auxiliar de enfermagem. O auxiliar de enfermagem é o Antônio W. S. Cardoso, que está no exercício da função desde 1995, e é o atual presidente da Associação de Piscicultores Agroextrativistas de Anã (APAA).

Segundo Antônio, a primeira pessoa que ocupou a função de auxiliar de enfermagem teve que se ausentar de Anã para acompanhar missão da Igreja da Paz, e por isso o posto ficou fechado por quatro anos. Então, em 1995 a vaga foi disponibilizada e ele foi selecionado para ocupar o cargo. Antônio também informou que até a criação do programa Agente Comunitário de Saúde, ele trabalhou sozinho no posto.

Assim, ao expor que o posto de saúde de Anã possui atualmente uma equipe, que começou a ser ampliada somente em 2013, Antônio W. S. Cardoso elabora a seguinte avaliação: “Eu acredito como colaborador da saúde que a comunidade está muito bem assistida aqui”, e por ter acompanhado boa parte do desenvolvimento do posto de saúde, ele conclui: “Então de 95 pra cá a saúde evoluiu muito, tem evoluído, eu digo sempre que nós aqui na região norte somos privilegiados”²⁰.

Apesar do posto de saúde ter feito 30 anos de existência, verifiquei *in loco* que a estrutura interna ainda é improvisada e caótica, como pode ser observado na figura 12 a presença de vassoura e rodo ao lado da cama de atendimento, e panela e material de escritório em cima da maca.

²⁰ Antônio W. S. Cardoso. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

Figura 12 – Estrutura interna do posto de saúde.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

A comunidade também possui um centro comunitário, no qual os integrantes da APROANÃ se reúnem para debater as ações comunitárias (ver figuras 13 e 14) e um telecentro, que apesar de estar equipado com computadores e impressora, nunca funcionou (ver figuras 15 e 16).

Figura 13 – Área externa do centro comunitário.



Foto: Lima, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

Figura 14 – Área interna do centro comunitário.



Foto: Lima, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

Figura 15 – Equipamentos localizados na área interna do telecentro.



Foto: Lima, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

Figura 16 – Área externa do telecentro comunitário.



Foto: Lima, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

A figura 16 mostra o total abandono do prédio que está rodeado de mato alto. Chamou atenção o fato de o espaço possuir equipamentos novos, que foram adquiridos por um pregão eletrônico em 2010 (ver figura 17), mas que nunca foram utilizados pela população local.

Figura 17 – Imagem de identificação de aquisição de equipamentos.



Foto: Lima, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

De acordo com Antônio W. S. Cardoso, desde que os equipamentos chegaram à comunidade, por volta do ano 2013, aguardam instalação técnica do órgão responsável, ou seja, no momento de minha terceira pesquisa de campo, em julho de 2019, já havia transcorrido seis anos de abandono dessa infraestrutura. Além da instalação técnica dos computadores para acessar a internet, o telecentro precisa de acesso à antena de telecomunicações instalada na comunidade em 2020.

Esse telecentro seria a forma mais adequada da comunidade se conectar virtualmente com o mundo, haja vista que o sinal da antena não está acessível a toda a comunidade. Se Anã tivesse inserida na rede mundial de comunicação poderia estabelecer contato direto com os turistas e com as redes de turismo comunitário, nacionais e internacionais, para obter conhecimento sobre estratégias de autogestão turística. Dessa forma, a comunidade se empoderaria e não dependeria mais da infraestrutura de comunicação do escritório da ONG em Santarém.

2.3.2 A chegada do turismo e os encantos do território para os visitantes

O PSA é uma ONG que atua na região amazônica desde 1987, especificamente em quatro municípios do oeste paraense: Santarém, Belterra, Aveiro e Juruti. Seu objetivo é apoiar o desenvolvimento social das populações tradicionais que habitam a região, por meio de uma proposta de mobilização participativa para a implementação de quatro programas: a) desenvolvimento territorial; b) saúde comunitária; c) empreendimentos sustentáveis; d) educação e comunicação.

O programa Empreendimentos Sustentáveis visa apoiar iniciativas que gerem a elevação da renda, redução do impacto sobre o meio ambiente e segurança alimentar, por isso envolve três projetos: Ecoturismo Comunitário, Artesanato da Floresta e Energias Renováveis.

O Ecoturismo Comunitário²¹ iniciou oficialmente suas atividades como projeto quando o PSA submeteu o projeto EBCPT, ao edital nº 001/2008 do MTur. O

²¹ O termo Ecoturismo Comunitário é utilizado pela ONG, em seu site institucional, para se referir à iniciativa de turismo de base comunitária que vem sendo fomentada “nos princípios da economia solidária”. A ONG também enfatiza que esse tipo de turismo é uma “atividade integrada à valorização de práticas sustentáveis de uso dos recursos naturais e da promoção da interculturalidade”. Pelo exposto, se esclarece que o termo é usado pela ONG, de acordo com o seu “entendimento” do que seja ecoturismo, por isso o leitor não deve confundir-lo com os conceitos que expressam discussões

recurso no valor de R\$147.000,00 (cento e quarenta e sete mil reais) conseguido pela aprovação do projeto, foi aplicado no desenvolvimento do turismo nas comunidades Anã, Arimum, Atodi e Vila Amazonas, todas localizadas ao longo do rio Arapiuns/Santarém/Pará.

A escolha de Anã para integrar o projeto EBCPT em 2008, se deu pelo seu histórico de mobilização em ações sociais, e pelo interesse dos comunitários em ordenar, no seu território, uma atividade que gerasse benefícios econômicos para a comunidade. Maria Odila Godinho²² relatou que Anã, até aquela época, estava sendo inserida em roteiros turísticos - organizados por agências de turismo localizadas em Alter do Chão - apenas como ponto de parada para contemplação da beleza cênica regional e conhecimento do modo de vida ribeirinho, sem gerar nenhuma renda para a população local.

Sobre a escolha de Anã, Davide Pompermaier esclarece:

Anã é mais fácil chegar, é uma comunidade maior, um pouco mais organizada, e a logística de chegar é mais fácil, favorecendo também a comunidade, e uma questão de liderança, a d. Maria Odila que é presidente da cooperativa, é da comunidade Anã, ela que é a figura que mais se destacou nesse processo de mobilização, de organização, que obviamente trouxe para sua comunidade um resultado maior.

O processo de mobilização no qual a liderança de Anã se destacou foi parte integrante das ações realizadas pela ONG com o recurso captado do MTur para preparar as comunidades envolvidas na oferta de turismo de base comunitária. Em seu relatório anual de 2009, a ONG relaciona que também investiu em: encontro de sensibilização; diagnósticos comunitários; mobilizações das comunidades; realização de inventários turísticos comunitários; realização de roteiro para vivência comunitária junto a um grupo de visitantes; elaboração de novos roteiros no rio Arapiuns; estudo do perfil da demanda para o ecoturismo na região; participação em encontros de formação e intercâmbio da TURISOL; elaboração de projeto participativo e estudos preliminares para implementação de uma pousada comunitária (CEAPS, 2009).

teóricas acadêmicas. Assim, por não concordar com o uso arbitrário do termo pela ONG, a autora desse trabalho se refere ao turismo desenvolvido em Anã como “iniciativa de turismo”.

²² Maria Odila Godinho. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

Embora as quatro comunidades tenham sido contempladas pelas ações de fomento, Vila Amazonas não pertence - por questões de gestão interna à comunidade - mais ao projeto de Ecoturismo Comunitário, e dentre as demais, Anã foi a que mais se destacou de 2008 até os dias atuais, por reunir, conforme relata Pompermaier acima, condições privilegiadas: maior facilidade de acesso; maior capacidade de mobilização social; maior recebimento de aporte financeiro de parceiros da ONG e, especialmente, por abrigar os projetos sociais MUSA e MELIPOMEL (serão explicados ao longo dessa seção), que não foram gestados pelo turismo, mas por sua relevância social estão se fortalecendo pela atividade turística de duas formas, como atrativos e como produtos para o consumo.

Como resultado dos investimentos de turismo direcionados para Anã, hoje a comunidade possui a Hospedaria Paraíso do Anã, e contígua a ela uma estrutura de restaurante e banheiros de uso coletivo (masculino e feminino).

Destaco que os projetos referidos iniciaram suas atividades de forma independente das ações de fomento ao turismo, mas tiveram aumento de produção pelo fluxo de visitação. O peixe é consumido pelas refeições no restaurante da pousada e o mel tornou-se um tipo de *souvenir*²³, que o turista pode levar como recordação.

A importância da atividade turística para as comunidades ribeirinhas pode ser verificada nos dados registrados por Davide Pompermaier entre os anos de 2012 e 2014. Segundo ele, as comunidades receberam 190 visitantes em 2012; 236 visitantes em 2013; 333 visitantes em 2014. Os números indicam que o percentual de visitantes aumentou 24% de 2012 para 2013, e 41% de 2013 para 2014.

Para uma abordagem qualitativa sobre a relevância do turismo, apresento a fala de Maria Odila Godinho, presidente da TURIARTE em 2016:

Em Anã, depois da atividade de turismo, muita coisa já mudou, eu fico muito feliz porque meu povo era igual às outras comunidades, no quintal deles era limpo, bem varrido, não tem uma folha, não tem nada, [...], hoje você chega lá nas casas, já tem galinha caipira, tem pessoas que estão se dedicando mesmo a criar por causa da hospedaria, pra não faltar, a criação de peixe que tava(*sic*) em treze pessoa que tavam (*sic*) trabalhando, mas só seis tinham tanque-rede, hoje dezessete estão trabalhando afins mesmo pra produzir pra não faltar peixe pra hospedaria porque de vez em quando vem esses grupo grande, no mês de junho (2016) teve um grupo de 50 pessoas [...] e a gente consumiu 120 kg de peixe, então não pode faltar de jeito nenhum, então as pessoas entenderam isso e aí elas começaram a

²³ De acordo com o dicionário Aurélio, *souvenir* é um objeto característico de um lugar, vendido como lembrança a viajantes, especialmente a turistas.

produzir, então isso é uma alegria muito grande que eu tenho, e aí a comunidade se diferencia por causa disso.

A fala de Maria Odila evidencia que a inserção do turismo em Anã provocou o surgimento de uma nova “conjuntura” para essa comunidade, pois o aumento de circulação de pessoas demandou o aumento da produção dos insumos locais. A consequência desse processo foi o aumento de postos de trabalho (treze para dezessete na criação de peixe) e a elevação da renda, o que foi traduzido como *alegria* pela liderança local.

O estímulo à produção local também pode ser percebido na fala do coordenador do projeto de criação de abelhas nativas, Auvair Godinho,

Mudou muita coisa, por exemplo, hoje em dia, muitas pessoas não faziam negócio de beiju mole, faziam só pra comer mesmo, hoje não, fazem só beiju, só tapioca, pra vender pra pousada, pra visitante, mudou várias coisas que as pessoas não faziam com a mandioca e agora fazem bastante pra vender.

As falas de Maria Odila e do Auvair Godinho foram respostas ao questionamento: o turismo gerou mudanças na comunidade? Constata-se que o discurso está direcionado para os ganhos econômicos gerados pela atividade turística, que são os mais perceptíveis pelos moradores na fase de desenvolvimento de um destino.

Entretanto, foi possível observar *in loco* que embora a *conjuntura* do turismo tenha estimulado uma mudança de comportamento na população local, as pessoas envolvidas diretamente com o empreendimento turístico (hospedaria e restaurante), não abandonaram as funções que desempenhavam antes da inserção do turismo na comunidade. Assim, no ano de 2016, a coordenadora de turismo da pousada exercia o cargo de professora de uma escola indígena em uma comunidade próxima à Anã, o coordenador da infraestrutura da pousada era vigia da escola local, as cozinheiras que preparam as refeições para os visitantes também trabalham na roça de mandioca de suas famílias, e os guias que monitoram as visitas aos projetos sociais são produtores nesses mesmos projetos.

Quando inquiridos sobre o porquê de o turismo ocupar a função de atividade secundária, eles justificam que essa é uma atividade sazonal, e por isso não podem depender exclusivamente de uma renda que não lhes oferece segurança. No entanto, a explicação de maior relevância constatada pela observação *in loco* foi a

de que a comunidade entrou no roteiro turístico idealizado pela ONG, por ser um grupo social que ainda cultiva as atividades tradicionais de populações ribeirinhas, como o extrativismo, a agricultura, e mantém projetos associativos de referência na região, os quais já foram citados nesse trabalho.

Nesse contexto, as pessoas entrevistadas demonstraram uma consciência expressiva sobre a atratividade da comunidade Anã está centrada em seu modo de viver, sua cultura, e por isso o turismo, em suas concepções, deve funcionar como atividade econômica complementar à renda, e não como aquela que irá alterar a estrutura social já estabelecida.

A percepção dos moradores sobre a importância de preservar sua cultura diante ao turismo é um bom exemplo da dialética entre estrutura e história proposta por Sahlins (2008), pois, na perspectiva do autor, a persistência da estrutura através do tempo também é histórica.

Ao estabelecer a relação dialética entre estrutura e história e conceder relevância à ação humana no ordenamento da cultura, Sahlins demonstrou que existe uma lógica, uma “razão” que justifica a unidade da ordem cultural que não se baseia em fatores externos, ou “forças materiais” impostas por uma estrutura dominante, mas está ancorada no sistema de significados que adquirem função para determinado grupo social (SAHLINS, 2003).

Sahlins afirma que, enquanto a cultura ocidental foca a economia capitalista como eixo central de sua produção simbólica, as sociedades *primitivas* elegem as relações sociais de parentesco, portanto, são “estruturas diferentes de produção simbólica” (SAHLINS, 2003, p. 232), o que possibilita compreender que,

O esquema cultural é variadamente flexionado por um ponto dominante de produção simbólica, que fornece o código principal das outras relações e atividades. Pode-se então falar de um *lócus* institucional privilegiado do processo simbólico, de onde emana um quadro classificatório imposto a toda a cultura (SAHLINS, 2003, p. 232).

Pelo exposto, pensar a cultura na perspectiva Sahlisiana, é identificar o modo de produção simbólica sobre o qual uma determinada sociedade decodifica a realidade, para assim, compreender como o evento será interpretado, e conseqüentemente incorporado à estrutura vigente, pois “um evento não é somente um acontecimento no mundo; é a relação entre um acontecimento e um dado sistema simbólico” (SAHLINS, 1990, p. 191).

Perceber a razão simbólica da cultura exposta por Sahlins (1990, p. 180), é finalmente apreender que a “cultura funciona como uma síntese de estabilidade e mudança, de passado e presente, de diacronia e sincronia”, pois ora recebe as estruturas decorrentes da “estrutura da conjuntura” (*Ibid.* 1990, p. 15), ora acomoda a manutenção das estruturas já instituídas.

Contudo, Sahlins (2008, p. 28) enfatiza que “o grande desafio para uma antropologia histórica é não apenas saber como os eventos são ordenados pela cultura, mas como, nesse processo, a cultura é reordenada”. Partindo desse horizonte teórico proposto por Sahlins, defino a entrada da ONG na estruturação da experiência turística na comunidade Anã como um *evento* e compreendo que a cultura local vem sendo ressignificada pela comunidade a partir desse acontecimento histórico.

Entretanto, a abordagem antropológica de Sahlins é mais profícua para analisar que a consciência dos moradores de Anã sobre a necessidade de manter a estrutura social como principal fator de atratividade para o turismo é reflexo de um longo trabalho de valorização da comunidade como grupo social, que se iniciou em 2008 e vem sendo tecido ao longo de mais de uma década com uma série de ações articuladas à atuação da ONG em outras searas de trabalho, e com o capital internacional. Prova disso, é que o recurso para iniciar a pousada de Anã foi saldo de outros projetos que a ONG mantém com a Alemanha.

Integra o contexto de valorização da comunidade, fazê-la perceber que sua cultura tem um diferencial que se torna interessante aos olhos do visitante, dessa forma, a ONG utiliza o termo *povo da floresta* para se referir às comunidades ribeirinhas que compõem a experiência de turismo no Arapiuns. Ao evocar a floresta como signo da cultura local que merece destaque, o termo *povo da floresta* aciona uma teia de significados relacionados ao saber próprio de quem vive em contato com a natureza, qualificado como saber tradicional transmitido de geração a geração, ou seja, um modo de viver peculiar, uma cultura.

Então, o termo *povo da floresta*, ao expressar adequadamente uma forte característica cultural das populações tradicionais amazônicas, torna-se uma expressão referencial para as pessoas interessadas em viver uma experiência turística na Amazônia. Por isso que a missão da TURIARTE é oferecer uma *experiência genuína* junto às populações ribeirinhas da Amazônia.

Nesse horizonte analítico, o rio é outro signo cultural também valorizado no material de divulgação sobre o turismo no Arapiuns, sobretudo por ser a única via de acesso às comunidades envolvidas.

Com base nesse contexto, ressalto que, embora o trabalho de valorização da cultura ribeirinha por parte da ONG tenha gerado a elevação da autoestima das comunidades envolvidas na experiência de turismo no Arapiuns, especialmente a de Anã, pois é a que recebe maior fluxo de visitação, a cultura do *povo da floresta* está sendo objetificada para se tornar mercadoria no mercado de consumo de viagens.

Portanto, na perspectiva de Sahlins (2008), a entrada da ONG para a estruturação do turismo no Arapiuns em 2008 não foi apenas um acontecimento com forças próprias, independente do sistema simbólico. Como evento que gerou “nova significação funcional” (SAHLINS, 2008, p. 85) aos signos – floresta e o rio – da cultura ribeirinha, a inserção da ONG adquiriu uma “significância histórica” (SAHLINS, 1990, p. 15) sem precedentes para a comunidade de Anã. Assim, almejo que a população receptora de Anã seja capaz de mediar a *dinâmica da prática* turística de forma a encontrar a conciliação entre a manutenção das estruturas que lhe conferem um diferencial como destino turístico e as estruturas que surgem da prática interacional entre visitantes e *nativos*, ligada a uma lógica de mercado capitalista.

No território da comunidade Anã existem os seguintes encantos que servem como atrativos turísticos: a praia do rio Arapiuns; a criação de tambaqui em tanque-rede, conhecido como projeto MUSA; e os meliponários de criação de abelhas nativas sem ferrão, conhecido como projeto MELIPOMEL.

A praia do rio Arapiuns é de água calma, morna e cristalina. Possui uma beleza cênica ímpar, que se pode constatar nas figuras 18 e 19.

Figura 18 – Vista da praia a partir do mirante da Hospedaria Paraíso do Anã.



Foto: Autora, 2016.

Figura 19 – Vista da praia a partir do centro da comunidade Anã.



Foto: Freitas, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

O projeto MUSA foi fundado em 2002 por iniciativa das esposas de pescadores que perceberam que o rio Arapiuns não possuía fartura de peixes. Desse modo, como estratégia para obter alimentação para seus filhos, essas mulheres iniciaram a criação de tambaqui em tanque-rede, também chamado por gaiola.

O projeto possuía, em janeiro de 2017, 19 gaiolas de propriedade de 15 mulheres e suas famílias, pois tem família que possui mais de uma gaiola. Reginalva Godinho, uma das fundadoras do MUSA expõe sua opinião sobre o protagonismo do gênero feminino e a posição colaborativa do gênero masculino no projeto: “o projeto MUSA é composto por 15 mulheres, e atrás dessas 15 mulheres, porque você sabe né (*sic*), ora tem trabalhos braçais, confecção de gaiolas, então é preciso um homem”²⁴.

As gaiolas ficam acomodadas no lago que aparece na figura 20. É possível visualizar ao fundo da imagem, a marcação das gaiolas no lago. Em primeiro plano se visualiza as canoas que transportam as pessoas da margem do lago às gaiolas.

Figura 20 – Vista do lago de criação de tambaqui em tanque-rede.



Foto: Autora, 2017.

Fonte: Acervo da Pesquisa "Jovens, tecnologias e movimentos sociocomunicacionais em cidades amazônicas". MCTI/CNPq Edital Universal 14/2014.

²⁴ Reginalva Godinho. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

De acordo com Reginalva, a primeira experiência aconteceu em 1999, através de um curso que veio pela Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC) (órgão do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) via Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, (SENAR), para mostrar que era possível manejar o peixe em tanque rede, pois eles não sabiam que isso era possível. Ela relata que,

[...] não sabíamos isso, porque nascemos na beira do rio e o pescador ia para o rio, pegava o peixe, levava, nós não sabíamos, a única coisa que sabíamos é que nossos antepassados diziam olha, antigamente era muito farto e agora não é mais, e por que era muito farto? Era pouca população, aconteceu o aumento da população e com isso veio a escassez do peixe, como você pode perceber as nossas águas são cristalinas, diferente das do Amazonas, então tem peixe, mas não com tanta proporção como no Amazonas.

Reginalva ressaltou que a experiência de 1999 não deu certo porque a responsabilidade de tratar do peixe era coletiva, e o capital arrecadado por sua venda era destinado à associação. Em suas palavras ela explica que:

[...] Não deu certo porque era o coletivo, porque era da comunidade, foram preparados 19 famílias, 19 comunitários, e era feito rodízio de tratamento nessa época, só que era feito o rodízio entre eles, só que não era pra eles, o fundo, o capital era pra dentro da associação, então você sabe que nós sempre primamos por algo pra gente, então aí veio a necessidade de se criar o MUSA, que é coletivo, mas ao mesmo tempo individual, por que?.

É coletivo porque é um grupo, aonde agrupa as pessoas para trabalharem, fazer a gestão como um todo, no entanto, cada um cuida da sua gaiola, então se você cuida bem da sua gaiola, ele vai dar uma rentabilidade muito melhor, você quem vai gerenciar ela, então se você não cuidar bem e der alguma coisa errada é seu, você que se responsabiliza por isso, e um acaba sendo fiscal do outro, então é um grupo, é meio complexo, é um grupo, que a gestão é no geral, só que você cuida do seu, a renda é sua.

A primeira parte da fala da *musa* (assim ela se denomina) denota a lógica de funcionamento dos projetos comunitários locais, que funcionam melhor quando geridos no âmbito da unidade familiar, porque nesse ambiente já estão estabelecidas as relações hierárquicas e de poder que impulsionam o trabalho em equipe para alcançar resultados satisfatórios. Quando os interessados no projeto não percebem o retorno individual proporcional ao trabalho empreendido, tendem a abandonar os projetos. Por isso, Reginalva fala que surgiu o MUSA, que é, simultaneamente, coletivo e individual.

No entanto, a *musa* reconhece que esse grupo “é complexo”, pois está claro como funciona o modo individual da associação: cada um cuidando do seu, da sua gaiola, e recebendo somente o resultado do seu trabalho. Mas não consegue esclarecer quais as ações que os unem como grupo, apenas informa que a gestão é no “geral”, e que é coletivo “porque é um grupo”.

Por meio da observação *in loco* percebi que a ação coletiva atual é a construção de uma casa de ração, que terá como finalidade a produção de ração orgânica para baratear os custos do manejo do tambaqui, e dessa forma, aumentar o lucro dos criadores. No entanto, não identifiquei um projeto com planejamento físico e financeiro para alcançar essa meta.

A falta de clareza sobre como é a gestão coletiva do MUSA enquanto grupo, ficou evidente quando se perguntou à Reginalva como é a distribuição financeira quando o projeto é visitado por turistas. Ela informa o seguinte:

[...] Cada grupo tem um caixa, então se o visitante vem, se quatro pessoas vêm visitar o MUSA, então é 40 reais, desses 40 reais, 7 reais vão para o caixa do MUSA. É obrigatório, foi um acordo feito, fechado. [...] e \$ 33,00 é para o expositor e para pagar a canoa. Quando dá sorte que a canoa é do expositor ele abarca tudo, quando não se paga o remador, paga-se o expositor e paga-se a cano.

A primeira questão relevante dessa fala é o valor por pessoa. De acordo com Reginalva, um grupo de quatro pessoas paga R\$ 40,00 (quarenta reais), ou seja, R\$ 10,00 (dez reais) por pessoa. Todavia, outra *musa* do grupo entrevistada, informou que a TURIARTE paga R\$ 20,00 (vinte reais) por pessoa quando agencia grupos. Essa divergência de informação sobre o exato valor pago por cada turista impacta no percentual que é destinado à associação, e, conseqüentemente, nas ações que ela poderá desenvolver em favor da coletividade, com esse dinheiro.

Outra situação complicada dessa gestão associativa na relação com o turismo é o controle do rodízio dos peixes que são vendidos para consumo no empreendimento turístico. Embora Reginalva afirme que é feito um rodízio entre os 15 donos de gaiolas, quando se perguntou como é feito esse controle para que ninguém sinta que está ganhando menos, ela respondeu que:

A gente sabe só por *olhismo*, porque o MUSA tem uma estrutura, ele tem uma coordenadora, tem um tesoureiro e um secretário, então eu penso que essas são atribuições deles, no entanto eles não estão ligados.

A coordenação do MUSA em janeiro de 2017 era de Madalena Lopes Pinto e Antônio W. S. Cardoso, que também exercia, à época, a função de presidente da APAA. A falta de controle nas atividades do grupo pode ser percebida na fala de Madalena quando inquirida sobre quanto o MUSA já arrecadou com a visitação turística. Ela informa que:

O dinheiro às vezes entra. Um tempo desse (*sic*) que apareceu mais. Aparecia R\$ 10,00; R\$ 20,00; R\$ 50,00. Só uma viagem que entrou R\$ 120,00. Sempre é R\$ 10,00; R\$ 20,00; R\$ 5,00²⁵.

Está claro que o projeto MUSA ainda não conseguiu implantar o controle do fluxo de caixa de sua principal atividade, nem a contabilidade que se refere à renda oriunda do turismo. Essa deficiência foi constatada na primeira viagem de campo (2016), fato que me levou a solicitar que um economista ministrasse a oficina *Fluxo de caixa e controle da produção: os caminhos da gestão*. Esse profissional é professor de ensino superior há mais de 15 anos e integrava a equipe que me acompanhou ao campo na segunda viagem exploratória, em janeiro de 2017. Dessa forma, a oficina foi ofertada no dia 27.01.2017 e contou com a participação de apenas cinco pessoas, embora tenha sido divulgada pelas lideranças locais, a meu pedido. Essa iniciativa ensinou-me que:

- a) As ações locais precisam de amplo engajamento e mobilização das agentes sociais;
- b) O conhecimento transmitido na oficina precisa de um trabalho contínuo na dinâmica local para que ele possa ser absorvido e aplicado à realidade por seus interessados;
- c) A população local tem que entender que esse tipo de conhecimento é fundamental para que ela obtenha maior controle de suas atividades e seus rendimentos, e com isso alcance sua autonomia da ação e controle de agentes externos.

Ainda que possua deficiências de gestão financeira, o MUSA é um projeto social que dá visibilidade para a comunidade como referência de iniciativa coletiva. Por isso, o projeto recebe eventualmente apoio de organizações públicas e privadas,

²⁵ Madalena Pinto. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

tanto no âmbito nacional como internacional (haja vista a visibilidade da ONG na captação de recursos estrangeiros) para superar suas dificuldades de infraestrutura, tais como: melhoria da estrutura das gaiolas (que é um investimento caro); equipamentos para produzir ração orgânica (que é uma opção mais barata do que as rações industrializadas); e material para construir a casa da ração.

Além do projeto MUSA, a comunidade Anã é conhecida no ambiente regional como a pioneira na criação de abelhas nativas sem ferrão. O projeto MELIPOMEL iniciou na comunidade por volta do ano 2006, quando a ONG Puxirum ensinou alguns agricultores a manejar abelhas sem ferrão. O pai de Auvair Godinho foi o principal responsável pela proposta ter dado certo na comunidade, pois, segundo ele, seu pai foi paciente, corajoso e persistente, porque manejar abelhas não é para qualquer um. Ao se referir ao pai, Auvair fala que “ele foi uma pessoa muito forte pra hoje a gente ter esse tanto de caixas aqui na comunidade”. Hoje seu pai é aposentado e não maneja mais abelhas.

Em agosto de 2016, Auvair era o principal expositor do mel na comunidade. Ele diz que o grupo de criadores de abelhas é composto por 10 pessoas, mas quem está à frente da interação com os turistas é ele e seu irmão, Audair. Seu meliponário possui 47 caixas de criação de abelhas e a comunidade aproximadamente 400 caixas.

O manejo de abelhas possibilitou uma renda extra às famílias que trabalham nesse negócio. Auvair afirma: “não vou dizer que a gente vive só do mel aqui na comunidade, mas ele é um complemento na renda familiar de cada família, por exemplo, ele já é uma ajuda para quem trabalhava antes só com farinha ou plantações”.

A safra do mel é de setembro a fevereiro, época do verão, pois é o período que árvores florescem e as abelhas produzem mais mel. Auvair explica que as árvores locais de Taperebá, Murta, Tachi, Tapiririca alternam sua safra de florescer, e isso ajuda as abelhas na produção. Cada safra gera 20 a 30 litros de mel. Ao ano acontece de três a quatro safras, o que dá 80 a 100 litros ao ano.

Quando questionado se o turismo aumentou o consumo e venda do mel, Auvair respondeu:

[...] Com certeza, antes do turismo a gente vendia o mel só em Santarém. Hoje não, o turismo ajudou bastante, vem visitante, aí a gente consegue vender o mel aqui na comunidade mesmo. A gente vende bem mel, assim em embalagem de 150 ml pra visitante, porque hoje aqui na comunidade ele

tá saindo a R\$ 40,00 o litro do mel, tanto faz também para Santarém é R\$40,00, mas se a gente vende assim em embalagem a gente ganha mais um pouco do que vender assim em litro.

Esse depoimento mostra que o turismo possibilitou uma nova forma de comercializar o mel e aumentar o lucro dos produtores. Auvair me explicou que a população local acha caro adquirir o mel a R\$ 40,00, por isso alguns produtores tinham que se deslocar até Santarém para comercializá-lo. A chegada dos turistas em Anã descortinou nova forma de escoar a produção e aumentar o lucro daqueles que conseguem armazenar mel para vender quando os turistas aparecem.

Entretanto, como o turismo na comunidade é sazonal, ou seja, tem épocas do ano, nas quais Anã não recebe visitantes, boa parte dos produtores não consegue guardar o mel para vender mais caro aos turistas porque precisa de dinheiro para sobreviver. Portanto, foi por isso que Auvair se destacou no grupo, pois ele afirmou que junto com seu irmão e mais algumas pessoas, conseguem “guardar bastante mel o ano todo”. Esse produtor de mel explica por que adota essa conduta: “a comunidade aqui é conhecida como produtora de mel, então chegar aqui e não ter mel fica difícil”.

É importante destacar que o turismo estimulou os produtores a buscarem formas de valorizar o produto, por meio da observação do que os turistas gostam. Nesse sentido, eles passaram a acomodar as embalagens de 150 ml e 200 ml de mel em cestinhas de tucumã. Ao ser indagado se alguém os ensinou a agregar valor ao produto, Auvair respondeu que eles começaram a participar de feiras em Santarém, e a ver embalagens bonitas, dessa forma, foram conhecendo outros processos de comercialização e de agregação de valor de produtos. Sobre isso, Auvair expõe:

A gente foi percebendo por que turista gosta de ver coisas assim tudo natural né? E as coisas que a gente agrega valor é tudo natural, por exemplo, a gente coloca o mel numa cestinha de palha de tucumã, a gente põe a embalagem dentro, aí a pessoa pode levar tudo, aí a pessoa pode usar o mel, e depois usar a cestinha para outra coisa.

Com a cestinha de palha de tucumã, a embalagem de 150 ml fica R\$ 15,00 (quinze reais). O valor de R\$ 5,00 (cinco reais) é destinado às artesãs que produzem a cestinha. Esse é um caso de produção associada ao turismo, pois a artesã está sendo remunerada de forma secundária por um produto que é vendido ao consumidor turista.

Na figura 21 observa-se no lado esquerdo uma embalagem de 150 ml de mel na cestinha de palha de tucumã. Ao seu lado uma cuia com seringa, que serve para coletar o mel dos favos e uma castanha de murrão quebrada ao meio que serve como copinho para beber o mel. Do lado direito da foto está a caixa melgueira na qual as abelhas criam os favos de mel.

Figura 21 – Exposição da melgueira, dos instrumentos de degustação do mel e da embalagem em palha de tucumã.



Fonte: Autora, 2016.

2.3.3 Empreendimento turístico

O empreendimento turístico é composto pela seguinte estrutura: uma maloca-redário de madeira e alvenaria, telada e coberta por palha de *curuá*, com capacidade para atar até 20 redes; banheiros de alvenaria de uso comum, separados em unidades privativas de banho e vaso sanitário; área de convivência e cozinha. Não há camas na hospedaria.

A *Hospedaria Paraíso do Anã* surgiu por dois motivos: necessidade de baratear os custos da viagem até à comunidade e demanda de visitantes por viagens turísticas independentes de grupos fechados. De acordo com o gestor de turismo da ONG, as viagens para as comunidades do Arapiuns começaram a ser vendidas em 2010, mas após as primeiras experiências, a entidade observou que o custo era alto e que ficava pouco dinheiro na comunidade. De acordo com Pompermaier:

[...] começamos a fazer considerações, dizendo olha, o que tá acontecendo, primeiro, do valor que a gente vende, do que o cliente paga, a parcela que vai pra comunidade dessa forma ainda é muito pequena, porque a viagem de barco do jeito que é organizada, ela tem um custo alto de frete de barco, combustível, tripulação, alimentação que vai daqui pra viagem, pessoas da equipe do projeto acompanhando, então tem um custo muito grande que é fora da comunidade, o que fica na comunidade é alimentação, refeição por dia, uma contribuição pra associação e um pagamento das várias atividades mas ainda assim nunca passava de 20% do total da viagem, era entre 10 e 20% do total da viagem, dependendo da situação.

Como a comunidade é distante e o custo do frete é alto, a viagem torna-se cara. Além disso, a ONG tinha que disponibilizar uma equipe de profissionais para acompanhar os grupos que iam de barco fretado, o que onerava mais ainda a viagem. Importante destacar na fala do entrevistado a observação de que a comunidade não retinha mais que 20% do total pago pelos turistas, o que na opinião dele era pouco.

Esse dado é relevante para questionar qual o percentual do total pago pelo turista que fica atualmente na comunidade? Haja vista que ela já tem pousada. Nas imersões em campo realizadas, não foi possível identificar de forma objetiva esse percentual. É fato inequívoco que Anã se beneficia de modo direto e indireto pela estrutura receptiva de hospedagem, mas não há indicadores financeiros fidedignos dessas rendas.

Outra questão importante constatada nas viagens experimentais foi a manifestação dos turistas em não querer compartilhar a viagem com pessoas desconhecidas. Antes da hospedaria, as viagens tinham que ser realizadas em barcos fretados pela necessidade da estrutura da embarcação para hospedagem, e por ser cara, só acontecia quando tinha um grupo fechado. De acordo com Pompermaier:

[...] as pessoas não queriam se inscrever numa viagem para viajar junto com pessoas que não conhece porque no barco você vive num espaço restrito, ao lado, dorme na rede ao lado de pessoas que não conhece, e faz a fila pro banheiro, come na mesma mesa e a gente começou a detectar que a maioria das pessoas que nos procurava, frente a essa situação desistia da viagem, queria uma viagem independente, elas diziam eu 'venho com um casal de amigos' ou 'venho com a minha família' e não quero compartilhar isso com os outros. Isso era a grande maioria, independente, não quer se misturar com outras pessoas que não sabe como são. Isso é uma discussão assim [...] tamos (*sic*) numa sociedade altamente individualista, compartilhar espaço e tempo com pessoas que você não conhece, são poucos abertos a uma experiência desse tipo, essa é uma experiência né? Esse é um lado da viagem que é uma experiência muito particular, muito especial, que requer uma disposição que a maioria das pessoas não tem.

Importante destacar a análise que o entrevistado faz da condição individualista do ser humano, que acaba impactando na forma de viajar. Diante este cenário, a ONG começou a prospectar financiamentos para construir uma hospedaria na comunidade. Em 2012, a organização conseguiu a doação de R\$ 84 mil reais de um parceiro alemão para começar a construir a estrutura da hospedaria. Pompermaier explica como obteve o recurso:

[...] demo um pouco de sorte que a cooperação alemã que tava(*sic*)bancando pra nós só cooperante, ligaram final de novembro (2012) dizendo olha, tamo (*sic*)com uma sobra de dinheiro do orçamento desse ano de outros projetos, se não gastarmos a gente devolve, *você tem alguma coisa pra tocar logo*, eu digo tá aqui com um projeto pronto, já tamo iniciando, só tava (*sic*) faltando dinheiro mesmo (risos), e aí pegamos 84 mil reais da cooperação alemã e aí disse bora começar a construir [...].

A fala de Pompermaier deixa claro que a hospedaria de Anã surgiu porque houve interesse da ONG em eleger a pousada como prioridade de investimento. Este é um bom exemplo para observar como a infraestrutura para o turismo foi surgindo em Anã por meio de uma teia de relações de poder de agentes exógenos.

A construção começou no início do ano de 2013, e em meados de setembro/outubro o primeiro grupo se hospedou na hospedaria, ainda inacabada, segundo o entrevistado. A energia elétrica é fornecida por 10 placas solares que permitem que a área de convivência da hospedaria tenha luz 24h, e os hóspedes possam carregar aparelhos eletrônicos, viabilizando também, o funcionamento de eletrodomésticos na cozinha. Já a água corrente é fornecida pelo poço artesiano da comunidade.

As figuras 22, 23 e 24 mostram a parte externa e interna da maloca-redário e a disposição dos banheiros.

Figura 22 – Vista externa da maloca-redário.



Foto: Autora, 2016.

Figura 23 – Vista interna da maloca-redário.



Foto: Autora, 2016.

Figura 24 – Disposição das unidades privativas dos banheiros de uso comum.

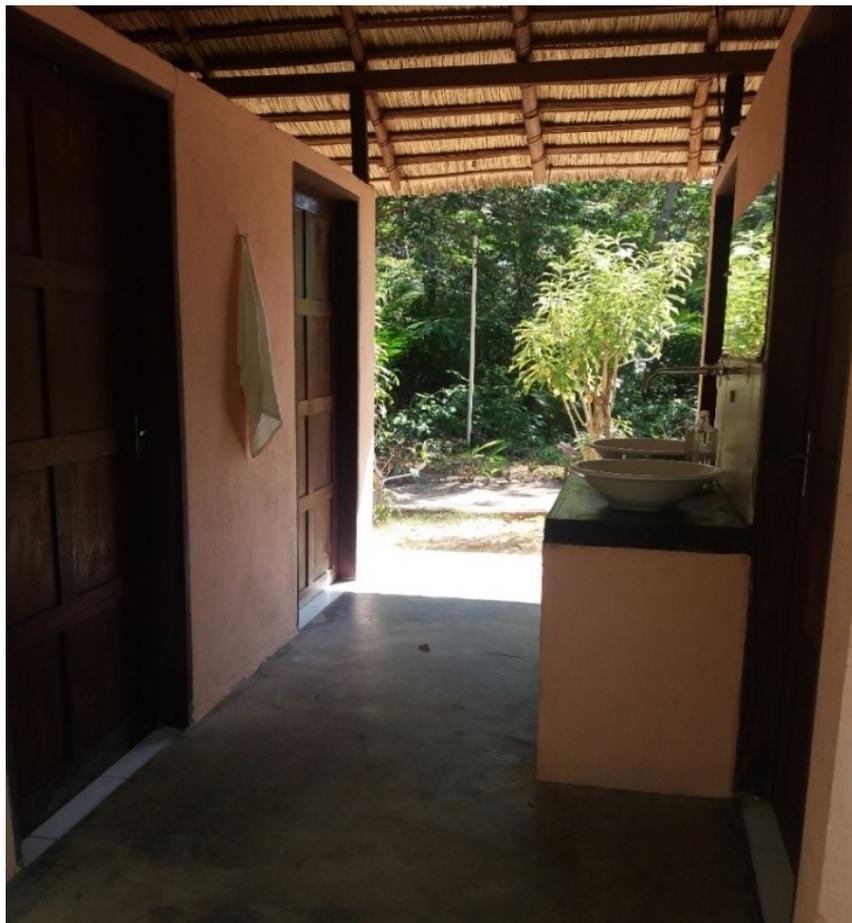


Foto: Autora, 2016.

A figura 25 mostra as áreas de convivência. Em primeiro plano na imagem, aparece a área definida como restaurante. No canto direito, aparece uma área disponibilizada para atar redes, com o objetivo de os visitantes descansarem após o almoço. Na linguagem local, se diz “tirar uma sesta”, que significa *tirar um cochilo*. Ao fundo da imagem aparece uma estrutura de banheiros que está em construção.

Figura 25 – Áreas de convivência da Hospedaria Paraíso do Anã.



Foto: Autora, 2016.

A figura 26 mostra parte da cozinha. Nessa imagem é possível visualizar que a cozinha possui: estrutura interna de alvenaria; forro em PVC; uma mesa de alvenaria lajotada; tela nas paredes para evitar a entrada de insetos, e um sistema de filtragem de água (estrutura em azul na parede do lado esquerdo).

Figura 26 – Vista parcial da cozinha da Hospedaria Paraíso do Anã.



Foto: Autora, 2016.

A figura 27 mostra as placas solares que geram energia para a hospedaria. Elas ficam localizadas ao lado da cozinha.

Figura 27 – Placas solares da Hospedaria Paraíso do Anã.



Foto: Autora, 2016.

2.3.4 As fronteiras étnicas e territoriais de uma comunidade tradicional para viver na RESEX Tapajós-Arapiuns

Cunha e Almeida (2001, p. 3) assinalam que o termo “populações tradicionais” pode ser definido de modo *extensional*, ou seja, pelo arrolamento dos elementos que integram a categoria, os quais devem possuir duas características em comum: um histórico de “baixo impacto ambiental”, e o interesse atual “em manter ou recuperar o controle sobre o território”. Então, junto aos *elementos* citados pelos autores: seringueiros, castanheiros, babaçueiros, e quilombolas, podemos incluir: extrativistas, pescadores artesanais, ribeirinhos, pantaneiros, faxinalenses, moradores de comunidades de fundo de pasto, dentre outros que se enquadram nas características supramencionadas.

Cunha e Almeida (2001) apresentam ao final do trabalho uma definição analítica para o termo “populações tradicionais”, na qual enfatizam que esses grupos estão lutando pelo reconhecimento de uma identidade pública que englobe, no todo ou em parte, as seguintes características:

Uso de técnicas ambientais de baixo impacto, formas equitativas de organização social, a presença de instituições com legitimidade para fazer cumprir suas leis; liderança local e, por fim, traços culturais que são seletivamente reafirmados e reelaborados (CUNHA; ALMEIDA, 2001, p. 24).

Desse modo, o termo “populações tradicionais” abriga agentes sociais que desenvolvem diferentes relações com o meio ambiente, e que podem estar presentes em um mesmo território comunitário, como é o caso da comunidade Anã. Já foi citado anteriormente que a comunidade desenvolve o manejo de tabaqui em tanque-rede, a criação de abelhas nativas sem ferrão, e a agricultura da mandioca.

Além das atividades produtivas mencionadas, cabe lembrar que a comunidade possui duas associações que objetivam lutar pelos direitos e interesses dos piscicultores, a APAA, e dos produtores rurais, a APROANÃ, presididas, respectivamente, por pai e filho, que são membros de uma família que vem, historicamente, liderando ações comunitárias em Anã.

Sendo assim, constatei que a comunidade Anã utiliza o território e seus recursos naturais com atividades que geram “baixo impacto ambiental”; possui organizações locais para defender seus direitos; desenvolve projetos que trabalham

propostas equitativas de organização social, que foram características elencadas por Cunha e Almeida (2001) para classificar populações tradicionais.

Arruda (1999) acrescenta ao rol de características para reconhecer as “populações tradicionais”, que elas apresentem:

[...] um modelo de ocupação do espaço e uso dos recursos naturais voltados principalmente para a subsistência, com fraca articulação com o mercado, baseado em uso intensivo de mão de obra familiar, tecnologias de baixo impacto derivadas de conhecimentos patrimoniais e, normalmente, de base sustentável (ARRUDA, 1999, p.79-80).

Todas as características expostas por Arruda (1999) são observadas em Anã, pois os negócios que prosperam estão no âmbito da organização familiar, estruturados em conhecimentos que respeitam a dinâmica da natureza, transmitidos por gerações, produzidos em sua maioria para consumo próprio, e quase nenhuma distribuição no mercado consumidor externo à comunidade.

O autor explica que esse modelo que conjuga ocupação de baixo impacto sobre o espaço e exploração racional dos recursos naturais, é um modelo sociocultural que foi concebido pelo sistema colonial português para promover a adaptação da população rural ao meio, e assim favorecer o empreendimento lusitano de expansão do território brasileiro. Nesse contexto, Arruda (1999) afirma que as características que vigoram no modelo sociocultural são provenientes da influência da adoção, no passado, de técnicas, hábitos e costumes indígenas, e do modelo cíclico e irregular de ampliação da área territorial nacional.

A descendência indígena também esteve presente na formação da comunidade Anã. Conta-se que os primeiros habitantes foram um casal de origem diferente, formado por um português chamado Ivo Godinho que chegou à região no século XIX e casou-se com uma indígena da etnia Arapium (CEAPS, 2011).

Sobre essa origem, Maria Emília Goldinho (*apud* CEAPS, 2011, p. 8) relata:

Segundo consta em 1902 (?), não lembro direito a data, chegou o Sr. Ivo Godinho, de origem portuguesa, que casou com uma índia Arapium e foram morar numa grande área terra preta. Eles passavam 6 meses em Anã e 6 meses no rio acima. Eram nômades, quando a comida acabava mudavam para outro lugar. A partir de 1935, começaram a se fixar em Anã e a Vila começou a crescer e se espalhar para as colônias e para as cabeceiras do lago.

Arruda (1999, p. 81) enfatiza que a cultura indígena deixou um grande legado, que vai desde a incorporação de técnicas de plantio, fabricação de utensílios e

construção, conhecimento dos ciclos da natureza animal e vegetal, até as formas de organização para o trabalho e sociabilidade. Esse legado merece destaque por ter valorizado o núcleo familiar como *unidade de produção e consumo*, no qual as relações de ajuda mútua se baseavam no princípio de reciprocidade, presente na atualidade em muitas comunidades amazônicas, como constatado nessa pesquisa, especialmente em Coroca. Portanto, considero que Arruda (1999) tece essa contextualização histórica para justificar de onde provém a característica que as “populações tradicionais” utilizam, de modo intensivo, a mão de obra familiar.

Ao se referir ao modelo cíclico e irregular de ampliação da área territorial nacional, Arruda (1999) buscou enfatizar que em função da expansão do território no Brasil colonial ter sido pautada em ciclos de ascensão e declínio de monocultura por região²⁶, isso ocasionou a vulnerabilidade dos povoamentos surgidos pela efervescência econômica. Nota-se que quando findava o ciclo econômico do recurso explorado, a região era abandonada, “restando núcleos populacionais relativamente isolados e dispersos subsistindo numa economia voltada para a autossuficiência” (ARRUDA, 1999, p. 80). Assim, depreende-se que foi na formação do território brasileiro que muitos grupos sociais foram envolvidos em uma conjuntura que os condenou a uma condição de isolamento, e os levou a adotar um modo de sobrevivência apoiado na produção para subsistência, o qual perdura até hoje, sendo essa uma característica basilar dos elementos abarcados pelo termo “populações tradicionais”.

Então, posso inferir que a *tradicionalidade* subjacente ao termo “populações tradicionais” não se refere a saberes sacralizados pelo tempo, transmitidos por gerações, mas a um conjunto de práticas compartilhadas por grupos sociais, que indicam uma relação de extração dos recursos naturais mais harmônica com os ciclos da natureza, e necessidade de controle do território de onde emergem os recursos naturais explorados. Por isso, se evoca Barth (2000, p. 31) para afirmar que, em função de compartilhar “aquilo que é socialmente efetivo”, as “populações tradicionais” constituem um grupo étnico, porque para o autor é a “forma de organização social” que assegura as fronteiras étnicas de grupos sociais.

²⁶ Arruda (1999, p. 80) cita o ciclo do pau-brasil no litoral, o ciclo da cana de açúcar no Nordeste, o ciclo do ouro e pedras preciosas nos estados de Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás, o ciclo da borracha nos estados de Amazonas e Pará.

Barth (2000, p. 28) critica o que ele chama de “definição típico-ideal”²⁷ adotada na literatura antropológica para o termo *grupo étnico* porque ela traz em seu bojo uma “visão preconcebida de quais são os fatores significativos para a gênese, a estrutura e a função de tais grupos”. Para o autor, a principal problemática dessa proposta é entender a manutenção das fronteiras étnicas como algo dado pelo isolamento das características socioculturais de determinado grupo, o que implicaria considerar que toda e qualquer formação social viveu em um isolamento relativo ao longo de sua existência, e que todo contato intercultural resultou em aculturação, o que não é verídico.

Dessa forma, Barth (2000) refuta o isolamento como condição para a permanência de diferenças culturais em contatos interétnicos, e afirma que a explicação para essa questão deverá centrar-se na análise sobre as fronteiras étnicas que definem o grupo, em detrimento das variações culturais pelas quais ele passa. Nas palavras do autor,

As fronteiras sobre as quais devemos concentrar nossa atenção são evidentemente fronteiras sociais, ainda que possam ter contrapartida territorial. Se um grupo mantém sua identidade quando seus membros interagem com outros, disso decorre a existência de critérios para determinação do pertencimento, assim como as maneiras de assinalar este pertencimento ou exclusão (BARTH, 2000, p. 34).

Para Barth (2000), são as fronteiras étnicas definidas pelo próprio grupo social, representada pelos critérios de pertencimento e exclusão, que irão delimitar as condições de manutenção de sua diferenciação cultural perante os contatos interétnicos.

No cerne do debate sobre fronteiras étnicas, é importante compreender que a etnicidade é “um tipo de processo social no qual os grupos orientam as ações pelo reconhecimento territorial das áreas que ocupam [...] para reivindicar os direitos de uma cidadania diferenciada ao Estado brasileiro” (O’DWYER, 2011, p. 112). Portanto, pensar em identidades étnicas e suas fronteiras sociais, requer necessariamente, uma análise sobre como o território é concebido pelas “populações tradicionais”. Nesta perspectiva, Arruda (1999, p.80) elucida questões importantes, como a ausência de documento comprobatório sobre a propriedade

²⁷ De acordo com Barth (2000, p. 27) grupo étnico é uma população que: a) “em grande medida se autoperpetua do ponto de vista biológico; b) compartilha valores culturais fundamentais; c) constitui um campo de comunicação e interação; d) tem um conjunto de membros que se identificam e são identificados por outros, como constituindo uma categoria que pode ser distinguida de outras categorias de mesma ordem”.

individual da terra e a aplicação do costume para ordenar o espaço coletivo, como ele explica:

Estas populações – caiçaras, ribeirinhos, seringueiros, quilombolas, e outras variantes - em geral ocupam a região há muito tempo e não têm registro legal da propriedade privada individual da terra, definindo apenas o local de moradia como parcela individual, sendo o restante do território encarado como área de utilização comunitária, com seu uso regulamentado pelo costume e por normas compartilhadas internamente.

Conforme apresentado por Arruda (1999), se observou *in loco* que os habitantes da comunidade Anã concebem todo o território da área da Vila Anã como de uso comum, sendo individual apenas a moradia de uso familiar. Além disso, são áreas de uso comum: rios, lagos, florestas, praias, igarapés, ou seja, toda a natureza e o território que viabiliza o modo de vida local. Entretanto, por estar localizada em uma RESEX, Anã deve atender às regras impostas pelo Acordo de Gestão sobre o uso do solo, que determina que cada família tem direito a utilizar até 100 (cem) hectares de área para *roçado*, sendo esta área limitada a 20% de seu total para desmatamento (BRASIL, 2014, v. 3, p. 328).

Essa questão levou-me a concluir, em primeira análise, que ao ter o uso de seu território regulado pela proteção legal, a comunidade sofre limitações de ocupação do espaço e uso dos seus recursos naturais. Contudo, é importante compreender a conjuntura de criação da RESEX, para posteriormente analisar em que medida fronteiras territoriais impostas pela condição de estar localizada em uma UC, influenciam as fronteiras sociais e étnicas das comunidades da RESEX.

As fronteiras territoriais para viver na RESEX Tapajós-Arapiuns.

A RESEX Tapajós-Arapiuns é uma Unidade de Conservação (UC) de Uso Sustentável, criada por decreto presidencial em 6 de novembro de 1998 (BRASIL, 2014, v. 1) cujo território é regulamentado e administrado pelo ICMBio, em parceria com a entidade civil, representante das populações habitantes da área, que detém a concessão do direito real de uso, denominada Associação das Organizações da Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns (TAPAJOARA).

A RESEX Tapajós-Arapiuns tem uma área aproximada de 647.610 ha de superfície, localizada nos Municípios de Santarém e Aveiro, na região oeste do Estado do Pará, sendo considerada uma das maiores UC do Brasil. Seu entorno é

limitado pelos rios Arapiuns, Maró e Mentae, pelo lado Oeste, com as glebas Mamuru e Nova Olinda e pelo Leste, com o rio Tapajós. Seu nome derivou de sua localização no interflúvio e encontro dos rios Tapajós e Arapiuns.

A criação da RESEX Tapajós-Arapiuns em 1998 tornou-se um marco, pois ela foi a primeira reserva extrativista do Estado do Pará. Sua criação foi resultado da resistência das comunidades ribeirinhas dos rios Tapajós e Arapiuns em proteger o território ocupado, historicamente, por elas, e de lutas de movimentos populares pela regularização fundiária e contra a extração irracional dos recursos naturais da região, por parte do interesse capitalista de madeireiros, fazendeiros, entre outros, considerados *invasores* pelas populações locais. De acordo com o histórico que consta no Plano de Manejo (PM) da RESEX,

As discussões para assegurar a posse da terra (ainda não se falava em Reserva Extrativista) se iniciaram no segundo semestre de 1996, quando as comunidades de Pinhel, Camarão e Escrivão, no rio Tapajós, manifestaram a intenção de evitar invasões de madeiras que já atuavam na comunidade vizinha (Cameté) e de preservar uma área para as gerações futuras [...]. Na região do Arapiuns, lideranças locais também começaram a se organizar, frente ao abandono das populações locais pelo poder público e exploração econômica abusiva dos regatões (BRASIL, 2014, v. 1, p. 8-9).

Portanto, diante da ameaça em perder o uso do território e dos recursos considerados indispensáveis à sua sobrevivência e à das próximas gerações, as populações locais buscaram, no final dos anos 1990, a mobilização para assegurar o direito legal à terra, que há tempos vinha sendo ocupada por gerações de famílias que tem na relação com a natureza, a essência de seu modo de vida, por isso consideradas *terras tradicionalmente ocupadas*. Nesse contexto, a RESEX Tapajós-Arapiuns nasceu como uma estratégia de “garantir a exploração autossustentável e a conservação dos recursos naturais renováveis tradicionalmente utilizados pela população extrativista da área”. (BRASIL, 1998, art. 2º).

O próprio decreto de criação da RESEX prevê a assinatura do Contrato de Concessão de Direito Real de Uso (CCDRU), a fim de garantir juridicamente o direito de uso dos recursos naturais pela população extrativista local. Nesse sentido, o CCDRU da RESEX Tapajós-Arapiuns foi assinado no dia 05 de outubro de 2011, entre o ICMBio e a TAPAJOARA, entidade eleita como concessionária das áreas da RESEX por um período de 50 anos (BRASIL, 2016).

A TAPAJOARA, fundada em julho de 2009, é uma organização criada para representar politicamente e socialmente as 72 comunidades e aproximadamente

23.000 moradores que habitam a RESEX, sendo conhecida como entidade *mãe* das 45 associações comunitárias e intercomunitárias presentes na U.C (BRASIL, 2016). Sua missão é debater, analisar e encaminhar os interesses coletivos das comunidades para orientar estratégias políticas direcionadas à RESEX.

A TAPAJOARA, em parceria com o ICMBio, compõe a estrutura de gestão da RESEX, atuando em duas instâncias: a deliberativa e a executiva. Na instância deliberativa, a TAPAJOARA integra o conselho deliberativo²⁸ e atua como membro colegiado, com o mesmo poder de voto que as demais entidades que compõem o conselho. De acordo com o gestor da RESEX, o conselho deliberativo é a *cabeça pensante* da estrutura da gestão, pois são eles que definem “as prioridades de gestão, os objetivos, a visão do futuro, toda a etapa de planejamento”, segundo Maurício Santamaria.

Após essa tomada de decisão, se faz necessário a execução das ações, que são viabilizadas pela Gestão Executiva, que é compartilhada entre o ICMBio e a TAPAJOARA. Sobre essa parceria de trabalho, e a relevância da TAPAJOARA na gestão da RESEX, o gestor da U.C. esclarece que:

[...] a gestão executiva, de fato, que é quem vai colocar em prática e fazer aquilo que a gestão deliberativa definiu que é prioridade, e aí sim entram incisivamente o ICMBio e a TAPAJOARA e outros parceiros, incluindo até as comunidades em alguns pontos, que a gente brinca que é o braço de força, o conselho deliberativo é a cabeça, o ICMBio, a TAPAJOARA e parceiros são os executores, fazem aquilo que o conselho definiu como prioridade, sair do papel e ir pra prática, então é mais ou menos assim, a

²⁸ O conselho deliberativo foi criado pela Portaria IBAMA nº 50, de 10 de maio de 2004, e nomeia-se Conselho Deliberativo da Reserva Extrativista Tapajós Arapiuns. A primeira formação do conselho deliberativo foi com 24 entidades (BRASIL, 2016). Posteriormente, o conselho sofreu reestruturações, pelas quais foram inseridas novas entidades, o que gerou a publicação da portaria nº 196 de 14 de junho de 2013, que renova a composição do conselho para 40 entidades e define que ele será composto por representantes da administração pública e segmentos da sociedade civil. Atualmente o conselho possui 52 entidades, de acordo com Maurício Santamaria, atual gestor da RESEX Tapajós-Arapiuns. No entanto, ressalta-se que a lista nominal das entidades não consta na última portaria que dispõe sobre a renovação de composição do conselho, publicada no dia 28 de março de 2016 (BRASIL, 2016), como era de praxe nas portarias anteriores, pois essa portaria tem por objetivo estabelecer que a representação ocorra “por setores representativos dos Moradores, do Poder Público e da Sociedade Civil, considerando as peculiaridades regionais e observando-se o critério de paridade, na forma seguinte: I - Órgãos públicos; II - Instituições de ensino, pesquisa e extensão; III - Populações tradicionais residentes; IV - Sociedade civil organizada” (BRASIL, 2016), por isso, a portaria nº1/2016 - ICMBio delega ao próprio o conselho o registro, em ata de reunião, da relação das instituições representantes por setor. Destaca-se que as categorias propostas pela portaria nº1/2016 - ICMBio já eram representadas por entidades nomeadas na portaria nº 196/2013- ICMBio, o que nos leva a compreender que a redação da portaria nº1/2016 - ICMBio visa apenas evidenciar os setores que devem ser representados na gestão deliberativa da RESEX Tapajós-Arapiuns. O gestor da U.C também informa que a maioria dessas entidades são associações de moradores da RESEX, e a minoria são organizações do terceiro setor e públicas, que implementam, respectivamente, ações e políticas públicas na U.C. O colegiado se reúne ordinariamente três vezes ao ano, e extraordinariamente, sempre que necessário.

TAPAJOARA tem um papel de fundamental importância visto que ela tá junto com o ICMBio, faz parte dessa gestão executiva²⁹.

Como concessionária, respaldada pelo CCDRU, a TAPAJOARA tem o poder de limitar projetos/ações que irão de encontro aos direitos e interesses das comunidades da RESEX; contudo, o gestor da U.C. afirma que a atual diretoria da TAPAJOARA não restringe suas decisões aos diretores, mas age de forma colegiada, por meio de um conselho comunitário, formado por três lideranças de cada comunidade das 72. O gestor da U.C. Maurício Santamaria, explica ainda que “o conselho comunitário se reúne para discutir também a gestão do território, e muitas vezes eles levam demanda para o conselho deliberativo aprovar ou não, ou buscar soluções”.

A partir da análise do Plano de Manejo e da entrevista com o gestor da U.C., foi possível compreender que a estrutura de gestão da RESEX Tapajós-Arapiuns segue um modelo participativo, através do qual se almeja dialogar com as demandas das comunidades envolvidas e reconhecer seus direitos garantidos por lei, conforme previsto no Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC).

Para subsidiar a gestão da RESEX existem dois instrumentos técnicos:

- a) Acordo de Gestão, que regulamenta a utilização dos recursos naturais nas áreas das comunidades da RESEX Tapajós-Arapiuns;
- b) O CCDRU que estabelece as normas para regularização fundiária da RESEX.

O Acordo de Gestão vigente na RESEX Tapajós-Arapiuns foi elaborado de acordo com a instrução normativa 029/2012 do ICMBio, e aprovado em resolução do conselho deliberativo no dia 18 de novembro de 2013, após ampla discussão com as comunidades da reserva, em colaboração com organizações não governamentais.

O Acordo de Gestão é um instrumento regulador sobre as normas a serem cumpridas para o manejo sustentável da U.C., através do qual se estabelece as diretrizes do Plano de Manejo da RESEX (BRASIL, 2014, v. 1)³⁰. Como U.C, toda RESEX deve possuir um PM que tem por objetivo estabelecer “o seu zoneamento e as normas que devem presidir o uso da área e o manejo dos recursos naturais”

²⁹ Maurício Santamaria. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

³⁰ BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Plano de manejo. Reserva extrativista Tapajós-Arapiuns**. v. 1. Brasília, 2014.

(BRASIL, 2000, art. 2º, § XVII), o qual deve ser elaborado em até cinco anos, após a data de sua criação.

Esse acordo foi consolidado a partir de diagnósticos previamente realizados, dentre os quais se destaca o MPURN da RESEX Tapajós-Arapiuns, realizado em 2011. O MPURN apresenta informações georreferenciadas sobre o uso dos recursos naturais pelas populações locais, com o objetivo de identificar, de forma mais eficiente, a localização espacial das formas de utilização do território pelos moradores da U.C. em análise.

Compreender a dinâmica de utilização do território por parte dos moradores da RESEX é fundamental para conhecer as formas de ocupação e renda estabelecidas pelas populações tradicionais, e analisar se as normas definidas para o manejo sustentável dos recursos, que foram instituídas pelo poder público, favorecem ou dificultam as atividades produtivas desenvolvidas pelos usuários da RESEX, dentre as quais se insere o turismo, principal foco de interesse dessa análise.

O MPURN (2011) diagnosticou seis categorias para o uso dos recursos naturais:

a) Solo – O solo é utilizado para a agricultura, criação de animais e distribuição espacial das comunidades no que se refere à infraestrutura de uso coletivo e acesso aos serviços básicos, como saúde e educação;

b) Extrativismo – A extração dos recursos classifica-se em madeireiros e não madeireiros, que servem à subsistência e/ou comercialização, que podem gerar tanto benefícios, quanto impor dificuldades à sobrevivência das populações locais;

c) Caça – Identifica as áreas destinadas à atividade de caça, as espécies animais caçadas, e relaciona os benefícios e embargos para desenvolver a atividade;

d) Recursos pesqueiros – Relaciona as formas de pesca, e destaca as regras dessa atividade, bem como os problemas relativos à sua prática.

e) Recursos hídricos – Apresenta as mudanças nos corpos d'água e as causas dessas mudanças, bem como os problemas decorrentes da sazonalidade de rios e lagos.

f) Uso público para a atividade de turismo – Apresenta uma análise do uso público para a atividade turística, a partir dos seguintes aspectos: diagnóstico do estágio de desenvolvimento do turismo à época da elaboração do mapeamento;

dificuldades apresentadas; potencialidades averiguadas; visão das agências de turismo consultadas; visão da secretaria de turismo; intensidade de uso dos principais atrativos; rendimentos diretos das comunidades.

As seis categorias definidas no MPURN definiram cinco atividades produtivas na RESEX: agricultura; pecuária, extrativismo, pesca e turismo.

No entanto, o MPURN apresenta a agricultura baseada no cultivo da mandioca como a principal forma de uso do solo na RESEX Tapajós-Arapiuns e, portanto, a principal fonte geradora de renda para os moradores da U.C, de acordo com a seguinte informação:

Cerca de 2.000 famílias da RESEX são agricultores comerciais, sendo a farinha o principal produto agrícola comercial e a base da alimentação familiar, seguido pela criação de gado bovino (cerca de 170 criadores) (MPURN, 2011 *apud* BRASIL, 2014, v. 3, p. 154).

É importante ressaltar que à época que o MPURN foi elaborado, em 2011, tinha-se como referência a existência de 3.500 famílias moradoras na área, identificadas no levantamento socioeconômico para criação da RESEX em 1998, e registradas no Levantamento dos Beneficiários (LB/ICMBio) realizado em 2009, então, naquele momento, foi adequado afirmar que se 2.000 famílias baseavam sua sobrevivência na agricultura, essa era a principal forma de uso do solo na U.C.

No entanto, uma atualização dos moradores da RESEX foi realizada a partir de 2009 e está consolidada no documento *Formulário de Cadastramento de Beneficiários*, finalizado em 2012, que consta o levantamento de 4.581 famílias. Neste cenário de dados atualizados, o montante de 2.000 famílias não representa nem 50% do total de famílias relacionadas como moradores da RESEX. Contudo, a agricultura foi ratificada como a principal atividade econômica da RESEX Tapajós-Arapiuns, no texto do PM, publicado em 2014.

O Plano de Manejo foi elaborado a partir da compilação de dados gerados por diferentes documentos, e não apresenta esclarecimentos sobre as informações conflitantes, como a falha exposta. Pelo contrário, intensifica as dúvidas sobre os dados que subsidiam as afirmações, ao apresentar uma tabela que relaciona mais de 1600 famílias (que foi produzida pelo próprio MPURN, mas que não consta no texto desse diagnóstico que foi anexado ao PM) que tem na farinha de mandioca o “carro chefe” de sua renda. Pelo exposto, o Plano de Manejo restringe sua redação às seguintes informações:

[...] a produção agrícola é a principal atividade econômica da RESEX Tapajós-Arapiuns[...] (BRASIL, 2014, v. 1, p. 86).

[...] o principal produto comercializado pelas famílias vem do roçado através do plantio da mandioca e da macaxeira que é vendida, em geral, processada como farinha (BRASIL, 2014, v. 1, p. 86-87).

É importante ressaltar que a análise do MPURN e do PM revelou que a principal atividade geradora de renda para os moradores da RESEX Tapajós-Arapiuns é a agricultura e não o extrativismo, o que vai de encontro à conceituação de RESEX pela lei n 9.985, de 18 de julho de 2000, que institui o SNUC.

De acordo com o art. 18 do SNUC, a categoria RESEX é uma

[...] uma área utilizada por populações extrativistas tradicionais, cuja subsistência baseia-se no extrativismo e, complementarmente, na agricultura de subsistência e na criação de animais de pequeno porte, e tem como objetivos básicos proteger os meios de vida e a cultura dessas populações, e assegurar o uso sustentável dos recursos naturais da unidade (BRASIL, 2000).

A partir dessa conceituação, depreende-se que a atividade extrativista deve ser a principal forma de subsistência das populações que utilizam a área desse tipo de U.C., e, de modo complementar, a prática da agricultura e criação de animais de pequeno porte. Ou seja, de acordo com o SNUC, a categoria RESEX surgiu para demarcar e proteger legalmente territórios que são habitados por populações que sobrevivem, tradicionalmente, da extração de recursos naturais.

O SNUC instituiu dois grupos de unidades de conservação: proteção integral e uso sustentável. As unidades de Proteção Integral têm o objetivo de preservar a natureza por meio do uso indireto dos recursos naturais, ou seja, não pode haver coleta ou destruição da natureza. Esse grupo inclui cinco categorias: Estação Ecológica, Reserva Biológica, Parque Nacional, Monumento Natural e Refúgio de Vida Silvestre.

As unidades de Uso Sustentável permitem o uso direto dos recursos naturais por meio de uma ação conciliadora entre conservação da natureza e o uso sustentável de parte dos recursos naturais. Nesse grupo são sete categorias: Área de Proteção Ambiental; Área de Relevante Interesse Ecológico; Floresta Nacional; Reserva Extrativista; Reserva de Fauna; Reserva de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural.

O uso direto envolve coleta e uso dos recursos naturais, seja para fins comerciais ou não, o que garante a ação antrópica no território. Desta forma, as categorias que se enquadram no grupo Uso Sustentável, tem por objetivo incluir as populações habitantes das áreas a serem protegidas, e assegurar que os recursos naturais utilizados por elas, sejam conservados por meio da utilização sustentável. Isto ocorre porque o território natural é constantemente saqueado por interesses capitalistas, que visam apenas à extração de matérias-primas para o processamento de bens rentáveis, sem a preocupação com a renovação da natureza.

Quando a RESEX Tapajós-Arapiuns foi criada em 1998, o SNUC ainda não havia sido instituído, e se considerarmos que o objetivo era a regularização fundiária, surge o questionamento: por que Reserva Extrativista? Um caminho para a resposta é a seguinte informação que consta no Plano de Manejo:

[...] Frei Florêncio, representante da Comissão Pastoral da Terra - CPT, em visita ao Dr. Rafael Rueda, Coordenador do Centro Nacional de Desenvolvimento Sustentado das Populações Tradicionais - CNPT/IBAMA em Brasília, recebeu a informação de que havia recursos e vontade política para criação de Reservas Extrativistas (RESEX) no Brasil. A regularização fundiária através de RESEX era de baixo custo e podia ser feita coletivamente, além de respeitar os costumes das populações tradicionais (BRASIL, 2014, v. 1, p. 9).

O exposto revela que a criação de RESEX no Brasil foi uma questão de interesse político, e por se tratar de uma ação de baixo custo foi utilizada para atender à demanda de comunidades tradicionais por regulamentação de seu território. No entanto, após análise de documentos oficiais sobre a RESEX Tapajós-Arapiuns, que diagnosticam e ratificam que a principal atividade das comunidades ribeirinhas da região é a agricultura e não o extrativismo, e ainda, considerando a definição de RESEX pelo SNUC, questiono: a denominação RESEX é a mais adequada para classificar a área territorial onde habitam as 72 comunidades localizadas às margens dos rios Tapajós e Arapiuns?.

Essa questão não tem resposta simples. Envolve análise criteriosa do contexto político nacional e regional à época da criação da referida RESEX, e estudos rigorosos sobre as formas de uso dos recursos naturais praticadas pelas 72 comunidades presentes no território, atualmente definido como RESEX Tapajós-Arapiuns. No entanto, a questão foi levantada para expor, em primeiro lugar, as divergências que constam no documento referencial sobre a RESEX, que é o Plano de Manejo, e posteriormente, esclarecer que o termo *populações extrativistas* não

representa as fronteiras sociais e étnicas compartilhadas pelos grupos sociais que habitam a área territorial da RESEX Tapajós-Arapiuns, pois a referência extrativista representa apenas uma das formas de uso do solo praticada pela população local.

A agricultura e o extrativismo são duas formas bem distintas de se relacionar com o meio ambiente e estabelecer organização social. A agricultura requer a intervenção da mão humana na natureza por meio do processo de cultivo da terra, ou seja, envolve a aplicação de técnicas elaboradas pelo homem, técnicas estas que compõem sua formação cultural, o que nos leva a perceber que a agricultura é um fenômeno social.

O extrativismo é uma atividade bem antiga na humanidade, que engloba a retirada ou extração dos recursos naturais em três categorias: vegetal, mineral e animal. O extrativismo vegetal refere-se a retirada dos produtos vegetais, tais como frutos, sementes oleaginosas, madeira etc.; o mineral é a extração de “materiais encontrados no interior da crosta terrestre”, como o ouro, cobre, alumínio etc.; o animal envolve a caça e a pesca para subsistência (EXTRATIVISMO, 2018).

Pelo exposto, não se pode afirmar que uma população é extrativista e entender que isto engloba a atividade agrícola. Nesse contexto, seria mais adequado se referir aos moradores da U.C como “populações tradicionais”, pois esta definição reconhece que estes grupos possuem “formas próprias de organização social”, sem especificá-las ou restringi-las, como apresentado no texto do Decreto 6040, artigo 3, inciso I, de 7 de fevereiro de 2007:

[...] grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL, 2007).

Outra questão importante apresentada pelo referido decreto é o reconhecimento pelos próprios grupos, de sua diferenciação cultural, e dos fatores que possibilitam a manutenção dessa distinção diante de outros grupos. No caso da comunidade Anã, as pessoas que lá habitam têm como referência da identidade coletiva, a floresta, como se pode perceber no depoimento de uma moradora do lugar:

Aqui na comunidade Anã, por exemplo, nós somos mais de 80 famílias, então, não é só floresta [...] são os descendentes dos Arapiuns direto, dos tradicionais que nós somos até hoje [...] eu sou gente dentro da floresta! [...]

a floresta tem gente, a floresta tem vida, se acabar a vida da floresta, a nossa vida também se acaba, se nós preservamos a floresta, nós estamos preservando a vida (CEAPS, 2011, p. 15).

O relato acima demonstra que a moradora de Anã reconhece as famílias residentes na comunidade como *tradicionais*, pois são descendentes diretos dos Arapiuns, a etnia indígena da primeira moradora do lugar, como mencionado no início deste capítulo. A expressão “tradicionais que nós somos até hoje” se refere ao modo de vida dos antepassados indígenas, que foi sendo transmitido ao longo do tempo e persiste na atualidade. Este modo de vida está ancorado na relação da população local com a floresta e o rio. Na floresta se pratica o extrativismo vegetal e animal, no rio, se realiza a pesca artesanal e a criação de peixe em cativeiro, bem como se desenvolve a agricultura da mandioca, da qual deriva uma série de alimentos que constituem a base da alimentação local.

Barth (2000, p. 27) aponta que os “grupos étnicos são categorias atributivas e identificadoras empregadas pelos próprios atores”. Então, quando a moradora de Anã afirma, “Eu sou gente dentro da floresta” está definindo uma categoria atributiva demarcada pela interação com a floresta, que passa a ser um critério de pertencimento às famílias tradicionais que habitam em Anã. Neste contexto, o termo cunhado *povos da floresta* é adequado para expressar a identidade étnica da comunidade Anã, e por dedução, as demais comunidades da Resex Tapajós-Arapiuns.

Pelo exposto, entende-se que afirmar que os povos que habitam a área legalmente protegida da RESEX são populações extrativistas, não engloba a extensão das fronteiras sociais necessárias para compor as fronteiras étnicas das comunidades tradicionais que habitam o lugar; contudo, é importante reconhecer que a delimitação de fronteiras territoriais pelo processo de criação da RESEX possibilitou a permanência das populações locais em territórios tradicionalmente ocupados, condição exigida para a manutenção da identidade coletiva, e portanto, étnica dos *povos da floresta*.

Entretanto, ao considerarmos que as fronteiras étnicas estão pautadas nas fronteiras sociais e territoriais (BARTH, 2000), cabe destacar que ao mesmo tempo em que assegura a manutenção do modo de vida local, a proteção legal do território impõe condições sobre o seu uso, e os recursos dele extraídos, que por sua vez, geram influência sobre a organização social das populações locais. Para citar

apenas um exemplo desta questão, o Art. 14 do Acordo de Gestão da RESEX Tapajós-Arapiuns³¹ determina:

Quanto à agricultura, os comunitários poderão utilizar áreas de florestas e capoeiras dentro de seus lotes para fazer roçados destinados à produção agrícola e criações diversas, desde que devidamente autorizado pelo órgão gestor, através de procedimento definido pelo Conselho Deliberativo (Art. 14 do ACORDO DE GESTÃO DA RESEX TAPAJÓS-ARAPIUNS *apud* BRASIL, 2014, v. 3).

O dispositivo legal define, primeiramente, que o desenvolvimento da agricultura por parte dos comunitários está restrita aos seus lotes, o qual foi estabelecido como uma área de 100 hectares pelo art. 1 deste mesmo documento. Determina ainda, que a atividade deve ser autorizada pelo ICMBio, e o mais surpreendente, realizada por meio de procedimento definido pelo conselho deliberativo da RESEX.

Nesse contexto, questiono: em que momento é respeitado o modo de fazer que integra a tradicionalidade das populações locais? Será que pelo conselho deliberativo, o qual deve ser composto por representantes das comunidades? Por que elas precisam ter atividades produtivas cerceadas por instrumentos legais, sendo que estes mesmos documentos não reconhecem estas atividades como parte de sua identidade étnica?

Portanto, concluo que para melhor compreender as intersecções entre territorialidade, reconhecimento de direitos e identidade étnica em áreas legalmente protegidas, é preciso desenvolver uma pesquisa antropológica mais acurada para identificar a percepção dos moradores locais sobre como as regras estabelecidas por instrumentos jurídicos para a ocupação do território e uso dos recursos naturais provoca alterações nas formas de organização social, tradicionalmente apreendidas e permanentemente reelaboradas, pois somente o olhar de um membro do grupo étnico é capaz de atestar transformações em fronteiras concebidas pelo próprio grupo.

³¹ O Acordo de Gestão é um instrumento regulador sobre as normas a serem cumpridas para o manejo sustentável da U.C., através do qual se estabelece as diretrizes do Plano de Manejo da RESEX. O Acordo de Gestão vigente na RESEX Tapajós-Arapiuns foi elaborado de acordo com a instrução normativa 029/2012 do ICMBio, e aprovado em resolução do conselho deliberativo no dia 18 de novembro de 2013, após ampla discussão com as comunidades da reserva, em colaboração com organizações não governamentais (BRASIL, 2014).

2.4 Comunidade Coroca

2.4.1 Organização socioeconômica

A comunidade Coroca está localizada no território do Projeto de Assentamento Agroextrativista (PAE) da Gleba Lago Grande, oeste do Pará. Esse tipo de assentamento é considerado pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) como *ambientalmente diferenciado*, pois os beneficiários geralmente são comunidades extrativistas. De acordo com MAPEAMENTOS (2012), a população do PAE Lago Grande é de aproximadamente 30.000 pessoas, distribuídas em cerca de 140 comunidades tradicionais, que descendem de indígenas, quilombolas, portugueses e nordestinos.

A área do PAE Lago Grande tem aproximadamente 250.000 hectares, e é limitada “ao norte, com o Lago Grande do Curuai, região de grandes estoques pesqueiros, ao Sul com os Rios Aruã e Arapiuns, área de grande potencial turístico, a Leste com os Rios Arapiuns e Amazonas e, a Oeste, com o município de Juruti”. (MAPEAMENTOS, 2012, p. 8).

O documento *Plano de Utilização das Comunidades do Projeto de Assentamento Agroextrativista (PAE) da Gleba Lago Grande* (FEAGLE, 2017, p. 9) informa que o PAE Lago Grande foi criado em 2005, e como à época de sua criação existiam supostamente 48 propriedades particulares dentro de sua área territorial, totalizando 28.747 hectares, que não foram desapropriadas pelo INCRA, a União não pode emitir o CCDRU para garantir legalmente o direito de uso da terra pelas populações locais. Isso impede que as comunidades tradicionais da área integrem o cadastro nacional de beneficiários do INCRA, o que inviabiliza o acesso ao crédito de produção, e políticas públicas de reforma agrária que, dentre outras coisas, viabilizam infraestrutura básica (estradas de acesso, água e energia elétrica).

No entanto, as comunidades do PAE seguem lutando por seus direitos através de uma associação *mãe* que é a Federação das Associações de Moradores e Comunidades do Assentamento Agroextrativista da Gleba Lago Grande (FEAGLE). Essa entidade aprovou a primeira versão do referido Plano de Utilização em 25.11.2006. Em janeiro de 2017, a FEAGLE conseguiu atualizá-lo e aprová-lo em assembleia geral. As duas versões do documento estão protocoladas na Superintendência Regional do INCRA no oeste do Pará (FEAGLE, 2017).

O Plano de utilização é o principal instrumento que orienta as comunidades do PAE Lago Grande sobre seus direitos e deveres, e o documento que define as regras de uso dos recursos naturais para todos os moradores, de acordo com as seguintes diretrizes:

1. Assegurar a sustentabilidade da comunidade, conservando os recursos naturais para as presentes e futuras gerações.
2. Servir como guia para os moradores e as moradoras utilizarem o extrativismo, a agricultura, a caça, a pesca e a agropecuária de forma sustentável.
3. Promover melhores condições de vida para os moradores e as moradoras, com respeito às leis ambientais.
4. Criar diretrizes para o desenvolvimento econômico, social e cultural tendo por base a organização e participação comunitária. (FEAGLE, 2017, p. 9).

Importante destacar que o item 2 enumera várias atividades produtivas, mas não inclui o turismo dentre elas. Entretanto, o referido plano contém em sua redação, uma seção nomeada *Diretrizes para atividade de ecoturismo*, na qual especifica:

A atividade turística promovida dentro do PAE deve ser condicionada à elaboração de um programa que vise democratizar os benefícios da atividade, garantindo respeito ao meio ambiente e à cultura local e retorno financeiro às comunidades. Este programa deve ser coordenado e administrado pela associação comunitária e pela FEAGLE, em consonância com as diretrizes deste Plano de Utilização e do Plano de Desenvolvimento do Assentamento (FEAGLE, 2017, p. 24, grifo nosso).

De acordo com o documento, entendo que o turismo nas comunidades não é uma atividade que possa ser realizada livremente, mas que está sujeita à elaboração de um programa norteador que assegure o respeito à cultura local, ao meio ambiente, e possibilite ganhos financeiros às populações locais envolvidas na recepção de visitantes. Com base nessa instrução normativa, analisarei a experiência de turismo na comunidade Coroca.

Coroca é uma comunidade tradicional extrativista localizada na margem esquerda do rio Arapiuns. Como tal, ela coleta da natureza frutos diversos, sementes oleaginosas, palha de *curuá* e *tucumã* (para o artesanato); mel e pólen de abelhas nativas. Além disso, trabalha com plantação de feijão, mandioca, macaxeira e hortaliças.

A comunidade surgiu a partir do casal Manoel Santos e Maria Pereira na década de 1920, segundo relato do morador Vieira (*apud* CARVALHO, 2011). Ele também esclarece que o nome Coroca era atribuído à pessoa de Manoel, e não ao

lugar. Com o tempo, o lugar sem nome próprio, assumiu a referência de seu primeiro morador.

Atualmente moram 17 famílias na comunidade. Coroca possui escola para o ensino fundamental até a 5ª série (ver foto 28); igreja católica (ver foto 29); barracão para as festividades comunitárias (ver foto 30); e para o lazer, os comunitários se distraem com um campo de futebol e uma área pavimentada em frente à igreja que funciona como praça, na qual existem brinquedos de uso coletivo para crianças (ver foto 31).

Figura 28 – Escola Nossa Senhora do Rosário, na comunidade Coroca.



Foto: Autora, 2019.

Figura 29 – Igreja Católica e o barracão comunitário do lado direito.



Foto: Autora, 2019.

Figura 30 – Barracão comunitário.



Foto: Autora, 2019.

Figura 31 – Brinquedos de uso coletivo para crianças da comunidade.

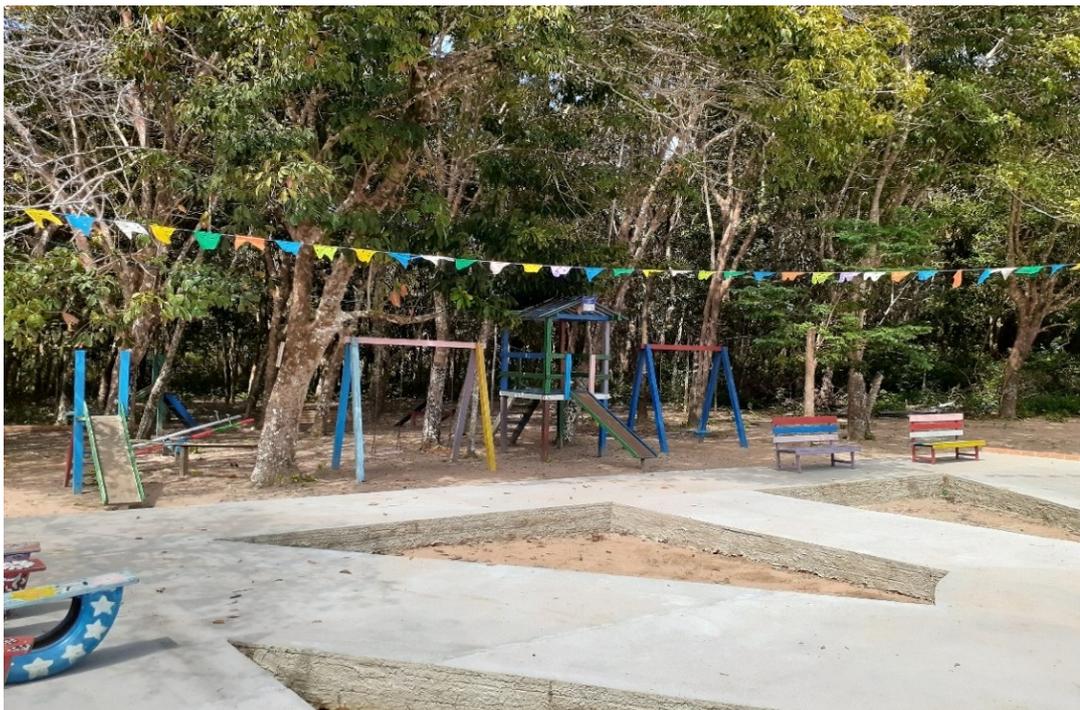


Foto: Autora, 2019.

Coroca não tem posto de saúde, mas o agente comunitário mora no lugar e faz acompanhamento das necessidades de cada família. Possui água encanada, e

luz elétrica desde outubro de 2017, o que facilitou a aquisição de *freezer* para armazenamento de alimentos, especialmente na cozinha comunitária. Essa cozinha pertence à associação comunitária local. Contígua a ela, está o salão construído para servir refeição aos visitantes, chamado de restaurante comunitário.

Na pesquisa de campo realizada em julho de 2019 para levantar o perfil socioeconômico da comunidade, foram entrevistadas 15 das 17 famílias que moram em Coroca. Duas famílias não participaram da pesquisa, pois habitam em áreas bem distantes do centro da vila e, segundo as lideranças locais, já manifestaram desinteresse nas atividades relacionadas ao turismo.

A Tabela 5 mostra a frequência por faixa etária das 62 pessoas que formam as 15 famílias.

Tabela 5 – Idade dos moradores da comunidade Coroca.

Faixa etária	N	%
0 a 9	10	16,0
10 a 19	15	24,0
20 a 29	12	19,0
30 a 39	1	2,0
40 a 49	6	10,0
50 a 59	3	5,0
60 a 69	4	6,0
70 a 79	-	-
80 +	1	2,0
NR	10	16,0
Total	62	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Do mesmo modo que identificado em Anã, a tabela 05 mostra que a população de Coroca é, majoritariamente, jovem, pois 24% (15) dos moradores possuem entre 10 a 19 anos de idade, e 19% (12) possuem entre 20 e 29 anos, o que totaliza 43% do universo dos entrevistados. É importante informar que o percentual de 16% (10) de pessoas que aparecem como NR (Não responderam) refere-se a pessoas que não estavam em casa no momento da entrevista, e o

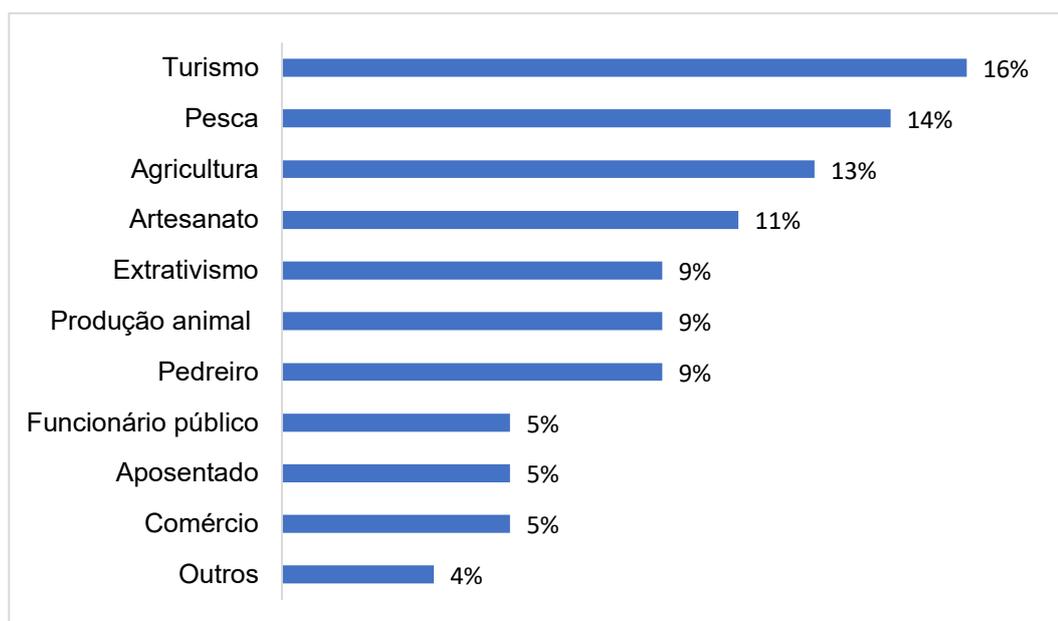
entrevistado não sabia falar a idade correta dessas pessoas. Outro dado importante a ressaltar é o percentual de crianças de 0 a 9 anos, que somam 16% (10). Pelo exposto, constato que Coroca é formada, basicamente, por uma população jovem, pois 59% (37) das 62 pessoas possuem idade até 29 anos.

Essa informação é oportuna para pensar um projeto de desenvolvimento local do turismo a médio prazo, alocando esses jovens em funções estratégicas que exigem tempo de maturação e retorno, como elaboração, operação e comercialização de roteiros com pernoites na comunidade. Essas tarefas envolvem várias habilidades técnicas e muita articulação com o mercado de viagens, e os jovens tem mais facilidade para aprender essas competências. Coroca ainda não trabalha com esse tipo de serviço, apesar do grupo de turismo local já ter começado a debater ações com esse fim. A estrutura atual de hospedagem que existe em território comunitário pertence a agentes externos, como a Casa Coroca e a Eco Viva Amazônia.

Em relação à religião, a predominante entre as 15 famílias é a católica, com 80% (12), seguida pelos evangélicos com 20% (3), da Assembleia de Deus. Como a comunidade só possui igreja da religião católica, as famílias evangélicas informaram que frequentam as igrejas existentes em outras vilas do PAE Lago Grande, como Vila Brasil e Vila Gorete.

Sobre a ocupação das famílias, o gráfico 15 apresenta as atividades mais indicadas por frequência das respostas, uma vez que os respondentes poderiam escolher mais de uma variável. Destacaram-se a variáveis *turismo* com 16% (9), *pesca* com 14% (8), *agricultura* com 13% (7), *artesanato* com 11% (6) e *extrativismo* com 9% (5) de um universo de 56 respostas. Isso mostra que o turismo está sendo uma ocupação mais intensa do que as atividades tradicionais desenvolvidas em Coroca. Esses dados refletem a importância do turismo na atual dinâmica socioeconômica da comunidade, uma atividade que desde o seu surgimento em Coroca, em 2015, vem crescendo progressivamente ao longo dos anos, conforme será apresentado na Tabela 6.

Gráfico 15 – Ocupação por família, de acordo com a frequência de respostas.



Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Nesse contexto, o turismo também foi apontado pelas famílias como a atividade que gera a maior renda no ambiente familiar, de acordo com o registrado na Tabela 6.

Tabela 6 – Atividade econômica que gera maior renda familiar.

Variável	N	%
Turismo	6	40%
Funcionário Público	2	13%
Comércio	2	13%
Pesca	1	7%
Mel	1	7%
Artesanato	1	7%
Aposentadoria	1	7%
Pedreiro	1	7%
Total	15	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

O turismo foi citado por 40% (6) das famílias, seguido das variáveis *funcionário público* e *comércio*, ambas com 13% (2). Relevante destacar que as atividades tradicionais como pesca, extração de mel e artesanato, que é uma expressão cultural importante dessa comunidade, foram mencionados apenas uma vez, ou seja, cada uma dessas ocupações somente gera renda expressiva para uma das 15 famílias participantes dessa investigação. Esses dados, na perspectiva dessa pesquisadora, acendem um alerta sobre a importância, mas também, a dependência econômica que Coroca pode estar construindo com uma atividade que é sazonal, flutuante de acordo com diversas variáveis, como conjuntura econômica, condições climáticas, e crises sociais de toda ordem, como a atual crise sanitária e humanitária imposta pela pandemia da Covid-19. Certamente, a comunidade está sendo afetada pela retração global e, conseqüentemente, nacional, do mercado de viagens.

É fato que a entrada do turismo na economia local comunitária foi uma oportunidade que está sendo aproveitada por Coroca, uma comunidade amazônica ribeirinha longínqua da sede municipal responsável pelos serviços públicos e, portanto, com várias demandas sociais não atendidas. Todavia, a população local pode refletir, a partir desses resultados, e mais ainda, com a atual escassez dos turistas em função da paralisação das viagens, como inserir o turismo em sua dinâmica socioeconômica de forma complementar. Para tanto, se faz necessário um plano de desenvolvimento do turismo, que pode ser liderado pelos jovens que compõem a maior parte do núcleo comunitário.

A pesquisa revelou que a comunidade tem clareza que o turismo gera, para além da renda econômica, ganhos simbólicos por meio das trocas culturais. Esses termos, tão caros à estrutura teórica dessa investigação, foram mencionados por alguns comunitários, que falavam por suas famílias. A seguir, destaco as respostas livres, à indagação: *para você, o turismo é importante para a comunidade? Por quê?*

Através dele (turismo) consegue renda para sobreviver, e também pelo diálogo com turistas que repassam seus conhecimentos e a gente aprende com eles (Família 1, grifo nosso).

Pela troca de conhecimentos culturais. Melhorou a própria comunicação com as pessoas através do trabalho com o turismo. Melhorou a renda familiar (Família 6, grifo nosso).

Além de obter novos conhecimentos tira uma fonte de renda a mais para a família. Aprende através do diálogo com os turistas, a gente aprende outras culturas, eles trazem informações de diversos locais. Os turistas dão sugestões de como melhorar a criação das tartarugas, e a abelhas (Família 9, grifo nosso).

Além dessa importante percepção comunitária, foi mencionado ainda que o turismo gera mobilização local para apresentar uma comunidade limpa, a seguir:

Gera renda para as famílias, e porque a comunidade se organiza para limpar a área de uso comum (Família 12, grifo nosso)

Porque ele (turismo) estimula a organização interna da comunidade, como a limpeza local. A renda extra que entra (Família 13, grifo nosso).

As narrativas mostram que o turismo impacta a organização econômica, social e cultural da comunidade. No entanto, cabe à população local decidir se esses impactos serão positivos, quando ela assume o controle e decide transformar a atividade turística em um instrumento do desenvolvimento local, por meio de uma gestão autônoma e participativa; ou negativo, quando ela entrega todo o seu capital social como recurso turístico, de modo passivo diante aos interesses do mercado de viagens. Para encontrar o caminho possível e adequado ao contexto local, Coroca deve buscar formação técnica com o objetivo de alinhar seus interesses às demandas do mercado, e nesse processo, as instituições acadêmicas são importantes aliadas.

2.4.2 A chegada do turismo e os encantos do território para os visitantes

Os primeiros visitantes começaram a chegar em Coroca no segundo semestre do ano 2015, levados pelos guias de Alter do Chão. O objetivo da visita era fazer um passeio para conhecer três atividades locais: criação de quelônios, conhecidas como tartarugas da Amazônia; criação de abelhas e extração do mel; e o artesanato produzido por artesãos e artesãs do lugar, conhecido como *Trançados do Arapiuns*.

Uma das lideranças de Coroca, Luziete da Silva Correa, informou que essa demanda espontânea começou a sentir necessidade de fazer uma refeição no lugar, em função da comunidade *ficar bastante distante* de Alter do Chão. Então, como Luziete afirmou que era a única pessoa na comunidade que conduzia os visitantes, a própria começou a preparar alimentos para servir como almoço, e oferecia a sua casa como espaço para consumi-los. É por isso que explana, em tom de orgulho e alegria que “tudo começou na minha casa, né?” quando foi perguntada: “como

começou o turismo na comunidade?” Diante da insistência de minha confirmação “aqui na sua casa”? Ela explica:

Isso! Aqui na minha casa! Tinha algumas pessoas que traziam, como eu sempre fui mais apresentada né? (risos) de receber as pessoas, aí então eles vinham diretamente aqui né? para a gente fazer o passeio, logo que iniciou, era só eu que fazia o passeio para as pessoas né? mostrava a comunidade, o que é que tem, e a gente trabalhou, então aí as pessoas chegavam aqui e diziam: “Luziete, dá para você fazer?”, a gente começou com galinha caipira né? Aí como eu sempre criei galinha (risos), “aí dá pra você fazer?” aí eu ficava toda com vergonha né? porque minha casa é simplesinha, pobrezinha, pessoas que a gente não sabe nem quem é, mas a gente fazia né? Eu recebia as pessoas com maior carinho, com tudo o que eu podia fazer né? Aí eu preparava, eles esperavam, aí a gente servia aqui mesmo na minha casa, aí eles começaram a gostar né? Aí a procura aumentou porque as pessoas faziam tipo propaganda de boca a boca né? (grifo nosso).

É importante destacar que embora Luziete tenha dito que sentiu “vergonha” de sua casa por considerá-la “simplesinha, pobrezinha”, ela não deixou de prestar o serviço que estavam lhe demandando, e ainda o ofertou “com maior carinho”, o que lhe rendeu a satisfação dos clientes, e a propaganda que gera maior credibilidade ao serviço, por ser feita por indicação. O fator pelo qual Luziete afirma ter se envergonhado, é justamente o que encanta o visitante que está em busca de conhecer o modo de vida simples de famílias ribeirinhas da Amazônia. A boa vontade, disponibilidade e simpatia de Luziete em atender os clientes, aliados à beleza cênica do lugar, e à harmonia percebida em diversas interações homem-natureza (só para citar um exemplo, as galinhas ficam soltas ao redor da casa de Luziete), formaram um composto atrativo que gerou o aumento do fluxo de visitação.

Os dados de campo mostram que, no segundo semestre de 2015, Coroca recebeu, aproximadamente, 151 visitantes, e já no primeiro semestre de 2016, 240 visitantes. Esse aumento expressivo foi percebido por Luziete quando entendeu que não dava mais *conta* de atender à demanda. A partir de então, algumas famílias da comunidade começaram a se mobilizar para ofertar refeição aos visitantes. Essa organização comunitária, relatada abaixo por Luziete Correa, demonstra que desde o princípio, o turismo foi gerido por fortes vínculos de confiança e reciprocidade entre os integrantes de Coroca.

[...] então a gente começou né, aí começou a vir mais turmas, aí eu comecei a não dar conta, aí outras pessoas disseram então que era bom a gente formar um grupo né? aí ficou assim, logo de início, por exemplo, se vinha uma turma hoje aí fazia refeição aqui na minha casa, aí no outro dia a gente começou a dividir né, pra ir pra casa da Nilda, pra ir pra casa da Valquiere,

da Sula, aí como foi aumentando essa demanda, a gente servia também lá embaixo da mangueira, lá no quintal da nossa associação, onde tem a lojinha né? [...].

Percebendo a necessidade de ofertar um serviço em local apropriado, e compreendendo os esforços que a ação demandava, as famílias envolvidas na primeira mobilização, decidiram convocar *todas as famílias da comunidade* para compor um *grupo de turismo* e, assim, oportunizar de forma igualitária aos integrantes de Coroca, o acesso aos benefícios gerados pelo turismo. Esse é um princípio basilar para referenciar uma experiência como turismo comunitário.

[...] aí como foi aumentando a demanda aí surgiu o pensamento, a iniciativa de formar um grupo com pessoas pra gente ter um local adequado para receber, aí que foi em julho de 2016 que a gente formou o grupo de turismo, aí a gente juntou várias pessoas na época né? de todas as famílias da comunidade, foi até o *Taquinha (Odinaldo)* que ficou responsável, de início, foi ele mais que deu início né? Então ele foi em todas as famílias pra que todas as famílias tivessem a oportunidade de trabalhar né? E ganhar o seu dinheirinho [...] fala de Luziete Correa (grifo nosso).

Embora nem todas as famílias participem atualmente do grupo de turismo, por motivos diversos, constatei em campo que a comunidade envolve a maioria de seus moradores nas atividades diretas e indiretas criadas pelo turismo. Desse modo, o fluxo de visitação está crescendo, ano após ano, em Coroca. Os dados que mostram o volume de visitas recebidas surpreendem.

A comunidade possui dois instrumentos de registro de visitas, um é o livro de assinatura de visitantes que fica na lojinha do artesanato, e o outro é o caderno de anotações dos passeios comunitários realizados. Em campo, todos os registros foram contabilizados por essa pesquisadora, e depois sistematizados em tabelas de *excel*. Ressalto que antes dessa pesquisa, a comunidade nunca tinha feito a consolidação dos dados para conhecer o fluxo de visitantes, embora tenha os registros desde 2015. A primeira publicação dos dados consolidados foi feita no artigo *Trançados do Arapiuns: entre memórias, resistências, e a valorização pela atividade turística em uma comunidade ribeirinha da Amazônia*, em 2020.

A Tabela 7 mostra o número de pessoas que assinaram o livro de visitantes disponível na lojinha do artesanato em Coroca, no período de 2015 a 2019. Embora os dados dos anos 2015 e 2019 sejam parciais, eles foram inseridos na tabela para fins de registro do acumulado de visitas ao longo de uma série histórica, desde o início da atividade turística na comunidade (2015).

Tabela 7 – Número de pessoas que assinaram o livro de visitantes disponível na lojinha de artesanato de Coroca.

	2015	2016	2017	2018	2019
Jan a jul	-	240	452	387	566*
Ago a dez	151	470	778	977	-
Total	151	710	1.230	1.364	566

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

* esse número refere-se até o dia 12 do mês, momento da coleta de dados.

No período de 2016 a 2018 constatei que houve um crescimento contínuo de visitantes, com o registro de 710 visitas em 2016, 1.230 visitas em 2017 e 1.364 visitas em 2018. Embora se tenha registrado o maior número acumulado de visitantes no ano de 2018, isso representou um aumento de 11% em relação ao ano anterior, 2017. Ao analisar o crescimento do ano 2017 e compará-lo à 2016, identifiquei um aumento de 73%, ou seja, a comunidade *sentiu* um aumento expressivo de visitantes em seu território no ano 2017. Isso, provavelmente, ocorreu porque foi no ano 2016 que a comunidade Coroca se organizou internamente para receber visitantes com a formação do grupo de turismo, e do restaurante comunitário. Essa organização social favoreceu as parcerias com os guias de turismo, e facilitou o acesso de mais visitantes à comunidade no ano de 2017. Esse *boom* turístico, certamente, gerou impacto positivo na venda do artesanato exposto na lojinha, mas não foi possível obter o volume de venda acumulado ao longo dos anos, na ocasião da pesquisa de campo.

A *lojinha do artesanato* (ver Figura 32) é um espaço comunitário que abriga, além da exposição do artesanato local, outros projetos coletivos de Coroca. Desse modo, no lugar estão expostos banners que apresentam projetos e atividades realizadas na comunidade, conforme mostram as figuras 33, 34 e 35. Essa comunicação visual sobre as ações locais cria um ambiente similar à um *Centro de Recepção* de lugares turísticos e facilita o conhecimento da comunidade pelos visitantes.

Figura 32 – Lojinha do artesanato de Coroca.



Foto: Autora, 2019.

Figura 33 – Banner apresentando a comunidade.



Foto: Autora, 2017.

Figura 34 – Banner sobre um projeto de identidade visual para o artesanato local.



Foto: Autora, 2019.

Figura 35 – Banner sobre a produção local de mel.



Foto: Autora, 2019.

Esse espaço de apresentação visual dos projetos comunitários não existe na comunidade Anã, e certamente isso contribui para que muitas informações não sejam repassadas aos visitantes, como constatado na pesquisa de campo.

A perspectiva do *Centro de Recepção* deve ter sido percebida pelos comunitários, pois, desde o início das atividades turísticas em Coroca, eles disponibilizaram o livro de visitantes para ser assinado pelos interessados (ver figura 36). Os registros desse livro (ver figura 37) mostram a origem nacional e internacional dos visitantes recebidos na comunidade.

Figura 36 – Livro de assinatura de visitantes com o registro de 2015.

2015				
NOME	CIDADE	PAÍS	TOTAL R\$	DATE DATA
01 - Elizabeth Thule	N. FRIBURGO - RJ	BRASIL		30/08/2015
02 - Joab C. Thule	N. FRIBURGO - RJ	BRASIL		30/08/2015
03 - Augusto Thule	" "	"		30/08/2015
04 - Tolson W. M. ...	" "	"		"
05 - Sebastian Moranta	N. Friburgo - RJ	Brasil		30/08/2015
06 - Leucha Guiniana	N. Friburgo - RJ	Brasil		30/08/2015
07 - Bruno Hees	N. Friburgo - RJ	Brasil		30/08/2015
08 - Claudia Hees	N. Friburgo - RJ	Brasil	R\$ 140,00	30/08/2015

Foto: Autora, 2019.

Figura 37 – Livro de assinatura de visitantes com o registro da origem internacional.

435	Evangelina M. N. da	Santarém	Brasil	06/03/19	Moises/Leandro
436	Talita Amaral	São Paulo	Brasil	06/03/2019	Taquimbo
437	Daniel A. Martinez	Pionero	Colombia	06/03/19	Taquimbo
438	Graciele Penna	Santarém	Brasil	06/03/2015	"
439	Arthur Borges	Santarém	Brasil	06/03/2019	"
440	Fuzy Garcia	Boston EU	U. S.	06/03/19	"
441	Iván Martinez	Boston	E. U. S.	06/03/19	"
442	Maria Tereza Garcia	Colombia	Colombia	06/03/19	"
443	Glydson Pontes	Santarém	Brasil	06/03/19	"
444	Danielle Belina	S.A. Monte	Brasil	06/03/19	Orivaldo
445	Felipe Santos	S.A. Monte	Brasil	06/03/19	"
446	Valista Sobrinho	Rio de Janeiro	Brasil	06/03/19	"

Foto: Autora, 2019.

Esse livro é importante para que a comunidade contabilize o número de visitantes recebidos ao longo de um período determinado. Esse tipo de registro não foi identificado na comunidade Anã, apesar de ela possuir mais tempo de experiência com o turismo que Coroca.

O turista, sempre que visita um novo território, conformado por uma cultura diferente da sua, tem o desejo de levar uma lembrança, um *souvenir*. Sendo assim, as peças artesanais, produzidas por artesãos locais, são valorizadas por esse público como símbolos da cultura e da identidade do lugar. Isso posto, os artesãos têm a oportunidade de vender aos visitantes de Coroca cada peça por um valor mais justo, de acordo com o empenho do trabalho aplicado. A venda feita no local da produção configura outra oportunidade de aumentar os ganhos por peça, pois os custos de distribuição são eliminados.

Esse contexto estimula os artesãos a manter a produção de um trabalho artesanal tão importante para a memória coletiva e identidade social dessas populações tradicionais, mas que está perdendo seu valor para os mais jovens da comunidade, em função do processo trabalhoso que envolve e a baixa remuneração pelo mercado consumidor. Essa é a contribuição seminal do turismo: manter viva uma memória que caracteriza um grupo social.

Os trançados de tucumã, embora sejam valorizados pela atividade turística, não constitui um atrativo sozinho, pois existem outras comunidades na região que já se consolidaram como referência de artesanato para visitação turística, como Urucure .

Todavia, destaco que o artesanato exposto em Coroca também fica em segundo plano como atrativo, porque assim os *lancheiros* o posicionam quando não o divulgam aos turistas, como uma estratégia de valorizar seus roteiros. Isso funciona da seguinte forma: os *lancheiros* montam os roteiros de passeios com o maior número de comunidades possível, para que possam deixá-lo *mais longo*, e dessa forma justificar o valor cobrado. Nesse *pacote* de comunidades, cada uma tem um diferencial, e o de Vila Coroca é a cria o de quelônios e abelhas.

Assim, compreendo que não é que o artesanato produzido pelo grupo Trançados do Arapiuns não possua qualidade para atrair turistas, mas como o atrativo ímpar de Coroca são os quelônios, e Urucure  já tem mais visibilidade no mercado de artesanato, os *lancheiros* optam por não divulgar o artesanato exposto em Coroca. Essa atitude provoca rea o nos turistas quando se defrontam com a

exposição dos trançados ao final do passeio pela comunidade, e em alguns casos, até indignação, pois “se tivessem avisado” eles asseguram que teriam “guardado” dinheiro para “gastar” na lojinha do artesanato.

Entretanto, essa surpresa não acontece com todos os turistas, pois alguns já tem referências dos trançados, através de diferentes formas: exposições em feiras, eventos, espaços culturais; exposição no Centro de Artesanato do Tapajós - Cristo Rei, localizado em Santarém; exposição em espaços comerciais de Santarém, bem como em locais frequentados por turistas, como restaurantes, hotéis etc.; e pela *internet*, que é uma importante ferramenta tecnológica, que possibilita ampla divulgação e baixo custo.

Importante informar que o *tessume* é uma atividade sustentável, que contribui com a proposta de manter a floresta em pé e, assim, assegurar o modo de vida das populações que lá habitam.

O passeio por Coroca é conduzido pelos próprios moradores, que exercem a função de guias locais. Ele começa no lago onde os quelônios são criados, para que os visitantes possam apreciar as *tartarugas da Amazônia* e conhecer a fauna endêmica, conforme pode ser visualizado nas figuras 38, 39 e 40.

Figura 38 – Lago onde habitam as tartarugas da Amazônia.



Foto: Autora, 2019.

As *tartarugas da Amazônia* são o principal atrativo da comunidade Coroca. As primeiras começaram a chegar em 1998. Elas foram doadas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), resultado de

apreensões pelo rio Tapajós. Elas são criadas pela comunidade e sua carne não pode ser consumida pela população local. Por essa ação, a comunidade recebe o retorno financeiro através da taxa de visitação turística. Em janeiro de 2017, essa taxa era de R\$ 25,00 por pessoa. O visitante é acompanhado por um condutor local até o lago de criação, lá o comunitário joga ração para que elas possam emergir, e dessa forma serem contempladas.

Figura 39 – Visitantes esperando o aparecimento das tartarugas.



Foto: Autora, 2019.

Figura 40 – Contemplação das tartarugas da Amazônia.



Foto: Autora, 2019.

Para melhorar a experiência do turista na contemplação das tartarugas, a comunidade se mobilizou por meio de sua associação, a Associação dos Produtores Rurais e Criadores de Peixes da Comunidade Coroca (APRUCIPESC), e conseguiu em 2014 um recurso do FUNDO DEMA³² para construir uma balsa maior e mais resistente que a anterior, que era de madeira.

De acordo com uma comunitária entrevistada, existem, aproximadamente, entre 300 e 400 tartarugas no lago. Ela também informou que a comunidade tem uma promessa de doação de 5.000 filhotes de tartarugas por um funcionário aposentado do IBAMA. A expectativa da comunidade é que essas tartarugas se reproduzam e possam ser autorizadas para consumo, pelos órgãos competentes. O objetivo é abrir um restaurante na comunidade para comercializar a carne de tartaruga-da-Amazônia, o que transformaria a comunidade Coroca em referência da iguaria na região do Baixo Tapajós, e consequentemente, numa comunidade polo de turismo comunitário.

Posteriormente, os condutores mostram as abelhas nativas sem ferrão, e oferecem a degustação do mel coletado na hora. A figura 41 mostra a caixa onde as abelhas são criadas. A telha *brasilit* serve para escurecer a última caixa que foi produzida com tampa de vidro transparente, a fim de que os visitantes possam visualizar as abelhas trabalhando.

³² “O FUNDO DEMA é um fundo fiduciário criado em 2003, que apoia projetos coletivos dos ‘Povos da Floresta – povos indígenas, quilombolas, comunidades extrativistas, ribeirinhas e da agricultura familiar’, que visem a valorização socioambiental dessas populações, assim como a preservação do Bioma Amazônico, prezando pelo respeito à sociobiodiversidade, pela garantia plena dos Direitos Humanos Econômicos, Sociais, Culturais e Ambientais (DHESCA’s), pela Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional, pela equidade de gênero, pela valorização e respeito à auto identidade e a diversidade e pluralidade cultural e religiosa”. Esse fundo é de responsabilidade jurídica e administrativa da ONG FASE. Disponível em: <http://www.fundodema.org.br/>. Acesso em: 14 nov. 2018.

Figura 41 – Caixa coletora de mel



Foto: Autora, 2019.

A visita finaliza na lojinha do artesanato porque, segundo os moradores locais, os visitantes precisam de um *tempinho* à vontade para escolher os produtos. Quando são avisados sobre visitas de grupos, os artesãos e os envolvidos com o turismo decoram o salão da loja com plantas, e lá expõem mais produtos para facilitar as vendas, conforme pode ser visto nas figuras 42 e 43.

Figura 42 – Exposição do artesanato na Lojinha.



Foto: Autora, 2019.

Figura 43 – Visitantes observando o artesanato.



Foto: Autora, 2019.

Segundo a comunitária Maria Nilda, o turismo melhorou a renda da comunidade, pois além do dinheiro gerado diretamente pelos serviços de condução de passeios e refeições, ele paga os produtos produzidos localmente e que são comercializados somente na lojinha comunitária, como o mel e o artesanato. Além disso, ele gera benefícios financeiros de modo indireto para as famílias produtoras de alimentos, como a farinha, hortaliças, frutos e doces derivados, e galinha, estimulando assim a manutenção das atividades tradicionais da população local.

2.4.3 Os trançados de tucumã e a memória coletiva como caminho de resistência de um ofício artesanal

O termo *Trançados do Arapiuns* foi escolhido como nome fantasia da Associação dos Artesãos e Artesãs das Comunidades de Nova Pedreira, Vista Alegre e Vila Coroca (AARTA), que são comunidades tradicionais localizadas às margens do rio Arapiuns, afluente do rio Tapajós, município de Santarém, no oeste do Estado do Pará.

O nome *Trançados* é uma referência ao trabalho artesanal de trançar a palha de *tucumã* (uma palmeira nativa) para formar um *tecido*, a partir do qual se criam objetos de decoração e multiuso, como abajur, mandalas, cestos, fruteiras, embalagens, entre outros. O Arapiuns é o nome do rio que margeia as três comunidades, e lhes confere a condição de ribeirinhas. Por isso mesmo, o rio é um forte condicionante do modo de vida local, configurando uma das relações que marca a territorialidade dessas comunidades.

Tecer os trançados de tucumã é um ofício transmitido por meio da oralidade, de mãe para filhas, netas, noras, ou seja, de geração para geração. Sendo assim, é um conhecimento herdado dos antepassados, dos povos nativos que habitaram a região, os indígenas. Portanto, o modo de fazer tecido com a palha de tucumã é um saber que resiste ao tempo em função da memória coletiva das populações tradicionais que ali vivem na atualidade, e que estão lutando para manter viva a prática social da *cultura do tecido*.

Uma forma de resistência para manutenção desse saber foi a criação da AARTA em 2006, com o objetivo de fortalecer o trabalho do *tessume* de artesanato como uma atividade tradicional e expressiva da cultura de famílias ribeirinhas, por meio de ações de valorização e qualificação do produto, que promovam melhores condições de comercialização desse ofício, que também se constitui em atividade econômica que gera renda complementar às pessoas envolvidas.

O surgimento da AARTA representa um marco importante para a valorização do artesanato como arte e sua manutenção, pois, a partir de então, as peças produzidas pelos artesãos deixaram de ser vendidas individualmente, a baixo preço para atravessadores, para serem negociadas coletivamente, por meio da associação, com preços melhores. A organização coletiva possibilitou a captação de cursos para melhorar a qualidade dos produtos, e com isso o trabalho artesanal ganhou visibilidade e alguns prêmios em âmbito municipal, estadual, regional e até nacional.

Nesse contexto, com recursos obtidos de premiações nacionais, a AARTA construiu sua sede em 2008, na comunidade Coroca, e instalou, posteriormente, a sala de exposição e venda de artesanato. Essa mostra local de artesanato passou a ter maior visibilidade a partir do ano 2015, momento em que a comunidade começou a receber visitantes trazidos por guias de turismo de Alter do Chão.

Antes do fluxo turístico, o artesanato produzido pelas famílias das comunidades citadas já estava sendo exportado para outros estados; no entanto, a valorização do saber local pelo turismo tornou-se mais um estímulo para a manutenção dos trançados de tucumã e gerou aumento de renda para o artesão, por peça produzida, pois além do turista pagar mais, a venda acontece no lugar de produção, ou seja, elimina-se os custos de distribuição do produto no mercado, pelos quais o artesão também paga.

O processo de elaboração das peças artesanais está gravado na memória de cada artesão. Não há na comunidade um documento, escrito ou oral, que apresente esse conhecimento tão importante para a manutenção desse saber, o que é preocupante, pois percebi que os mais jovens não estão muito interessados em aprender o ofício com os mais idosos. Os artesãos que participaram da pesquisa são os genitores de uma família com seis filhos, dos quais apenas dois estão aprendendo a tecer.

Segundo relatos dos artesãos, a comunidade possuía, à época da pesquisa de campo (2019), dez artesãos em atividade, entretanto, apenas cinco conheciam todo o processo de manuseio dos recursos naturais para tingir a palha. O *tessume* é uma tarefa que envolve muito trabalho e baixa remuneração, por isso é um saber que se encontra ameaçado entre os mais jovens, que estão ocupando seu tempo com atividades econômicas mais rentáveis.

No entanto, o artesanato é símbolo da memória coletiva que sustenta a identidade social das populações ribeirinhas do Arapiuns, e, como tal, precisa ser conservado sob pena desse grupo perder as simbologias culturais que o caracterizam. Cabe a cada comunidade que está imersa na cultura do tecido definir estratégias coletivas que contribuam para a conservação do artesanato e de sua memória. Uma delas é o turismo.

Nesse contexto, a colaboração da lembrança de cada indivíduo no processo de transmissão e aprendizado, é fundamental para a manutenção do *tessume* de tucumã, pois embora a memória só possa ser construída coletivamente, cabe ao indivíduo a responsabilidade de lembrar por meio do que Halbwachs (2006) define como *intuição sensível*.

Halbwachs (2006) concebe a memória como um fenômeno essencialmente coletivo, que somente pode ser construído através das relações entre os indivíduos. Nesse sentido, a memória tem caráter relacional e sua sobrevivência está

condicionada às interações sociais. Segundo o autor, os indivíduos não conseguem manter uma lembrança ao longo do tempo porque precisam dos testemunhos de outras pessoas para auxiliar a formar a ideia guardada sobre determinado assunto ou evento.

Embora a memória coletiva seja resultado das ações de um grupo ao longo do tempo, para Halbwachs (2006) ela está mais vinculada aos valores e às referências culturais compartilhadas no presente, pois

“[...] em medida muito grande, a lembrança é uma reconstrução do passado com a ajuda de dados tomados de empréstimo ao presente e preparados por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora já saiu bastante alterada” (HALBWACHS, 2006, p. 91).

Desse modo, a memória coletiva está em constante processo de reelaboração.

Considerando o caráter dinâmico da memória, e visando colaborar com sua salvaguarda para a manutenção do *tessume* de tucumã, apresento uma breve descrição das etapas relativas ao processo de tecer, registradas em campo. Ressalto que não se pretende aqui esgotar todas as formas de desenvolver o trabalho artesanal estudado, mas apenas colaborar com seu registro. A seguir:

- 1) Retirar a guia do tucumã na mata;
- 2) Preparar a guia: retirar os espinhos, colocar para secar ao sol por cerca de 3 dias (ver figura 44);
- 3) Soltar a palha da guia, retirar mais uma vez os espinhos e colocar para tingir;
- 4) Preparar a tinta natural e tingir. No momento dessa pesquisa, foi possível acompanhar a coloração amarela. Essa cor é atingida com o processo do açafão.
- 5) Primeiro, coleta-se a batata do açafão na terra (ver figura 45), lava-se e bate no liquidificador com água.
- 6) O líquido amarelo é colocado para ferver em uma panela grande para inserir a palha (ver figura 46). Após alguns minutos de imersão na fervura, a palha está tingida (ver figura 47). Para cada cor, é um processo de tingimento diferente. Por exemplo, a folha de *crajiru* dá a coloração vermelha. Essa folha precisa ser socada no pilão para soltar a cor. A folha amassada é colocada para ferver a fim de se obter a coloração.

- 7) Deixar a palha tingida secar de um dia para outro para poder usá-la no *tessume*;
- 8) Tecer a peça.

Figura 44 – Guia do tucumã secando ao sol.



Foto: Autora, 2019.

Figura 45 – Açafraão retirado da terra.



Foto: Autora, 2019.

Figura 46 – Fervura da palha.



Foto: Autora, 2019.

Figura 47 – Palha tingida com *mangarataia*.



Foto: Autora, 2019.

Atualmente, as palhas são tingidas apenas com pigmentos naturais, retirados de manuseio específico de ervas e frutos disponíveis na flora local. A figura 48 mostra uma fruteira produzida pelo artesão Odinaldo dos Santos Pereira especialmente para essa pesquisa, com o objetivo de que essa pesquisadora acompanhasse todo o trabalho de *tessume* da peça.

Figura 48 – Fruteira em palha de tucumã.



Foto: Autora, 2019.

Dada a variedade de cores e de insumos naturais para obtê-las, enfatizo que a catalogação é importante para preservar esse saber da memória coletiva, o qual foi exposto à essa pesquisadora por explicação oral. Segue abaixo uma tabela com os dados obtidos:

Tabela 8 – Cores geradas por insumos naturais presentes no território de Coroca.

Cores	Insumo natural
vermelho	folha do <i>crajiru</i>
alaranjado	folha da <i>mangarataia</i> com a folha do <i>crajiru</i>
amarelo	batata da <i>mangarataia</i>
vinho	folha da <i>capiranga</i>
preto	o fruto do <i>jenipapo</i>
verde	semente da <i>mangarataia</i> com a semente do <i>jenipapo</i>
azul	folha da <i>capiranga</i> e <i>língua de vaca</i>

Fonte: Pesquisa de campo, 2019.

Pelo exposto, concluo que os Trançados do Arapiuns são uma construção simbólica elaborada pela memória coletiva para fortalecer a identidade desse grupo social, e como tal contribui para a formação do *eu* como ser social, por isso desempenha uma função de resistência, sustentada individualmente pelos integrantes mais antigos da comunidade. O turismo, ao valorizar economicamente e culturalmente os trançados como ícones da arte e da cultura ribeirinha, contribui para a manutenção de uma memória coletiva que, para além de criar vínculos sociais, estabelece laços entre o presente e o passado; entre o indivíduo e o coletivo; entre a comunidade e as territorialidades que a caracterizam, especialmente quando se trata de uma comunidade ribeirinha da Amazônia.

2.4.4 Empreendimento turístico

O turismo começou a acontecer na comunidade após a criação da *Casa Coroca*, em 2014, uma casa de hospedagem de propriedade de um não-comunitário, que será apresentada na próxima seção desse trabalho. Esse empreendimento foi o pioneiro na contratação de mão-de-obra local como prestadora de serviços aos hóspedes. Segundo Nilda Pereira, esse contexto estimulou a comunidade a ter necessidade de se organizar de modo independente do empreendimento, a fim de oferecer a sua estrutura de recepção e hospedagem ao visitante. Nesse sentido, Nilda Pereira relatou:

Nós tamos (*sic*) com dois anos que já avançou muito nossa comunidade. Antes eles vinham. Tinha a associação, mas não era nada organizado. A gente não tinha esse grupo para as pessoas chegarem e ter aquela pessoa disponível para isso. Com o decorrer do tempo a gente tentou melhorar isso aí, porque as pessoas vinham e levavam assim, uma má impressão nossa, chegava aqui e não tinha uma pessoa assim para conversar, não sabia a quem recorrer quando chegava aqui na comunidade. Tá com dois anos que a gente tomou a frente disso pra organizar (*sic*).

Importante destacar na sua fala a compreensão de que os visitantes levavam uma impressão negativa da comunidade quando não tinham um serviço receptivo para recebê-los. A fim de resolver essa questão, as famílias criaram o grupo de turismo para ofertar dois serviços: condução de passeio e venda de refeição para almoço. Elas trabalham em sistema de rodízio, a fim de que a renda gerada pelo turismo seja distribuída de modo equitativo.

O grupo de turismo iniciou a construção do restaurante comunitário em julho de 2016. Em de janeiro de 2017, ocasião da visita exploratória à Coroca, encontrei o salão do restaurante concluído, contíguo a ele estava em construção dois banheiros em alvenaria. Em julho de 2019, na viagem de imersão à comunidade, constatei a conclusão dos banheiros, e a inserção do artesanato local na estrutura do restaurante, conforme pode ser visualizado nas figuras 49 e 50.

Figura 49 – Banheiros e salão do restaurante comunitário.



Foto: Autora, 2019.

Figura 50 – Lixeira em palha de tucumã exposta no restaurante comunitário.



Foto: Autora, 2019.

O restaurante tem cobertura de palha, formato de maloca, e localização privilegiada para o rio Arapiuns (ver figura 51). De suas mesas é possível avistar o ponto onde os barcos e lanchas ancoram para o desembarque. Ressalto que em função de não existir porto para o desembarque de passageiros, as pessoas desembarcam diretamente na água do rio (ver figura 52).

Figura 51– Vista do rio Arapiuns a partir do restaurante comunitário.



Foto: Autora, 2019.

Figura 52 – Barco ancorado no rio Arapiuns, para desembarque na Comunidade Coroca.



Foto: Autora, 2019.

A comunidade Coroca possui duas características muito importantes para o turismo:

a) É um lugar muito limpo, um acordo cumprido pelas famílias com muito compromisso, pois não se observa lixo acumulado nos espaços de uso comum do território local (ver figura 53). Essa questão é tão importante, que existe um dia da semana destinado ao mutirão para limpeza da comunidade, chamado *puxirum*;

Figura 53 – Caminho entre a lojinha e o restaurante comunitário totalmente livre de lixo.

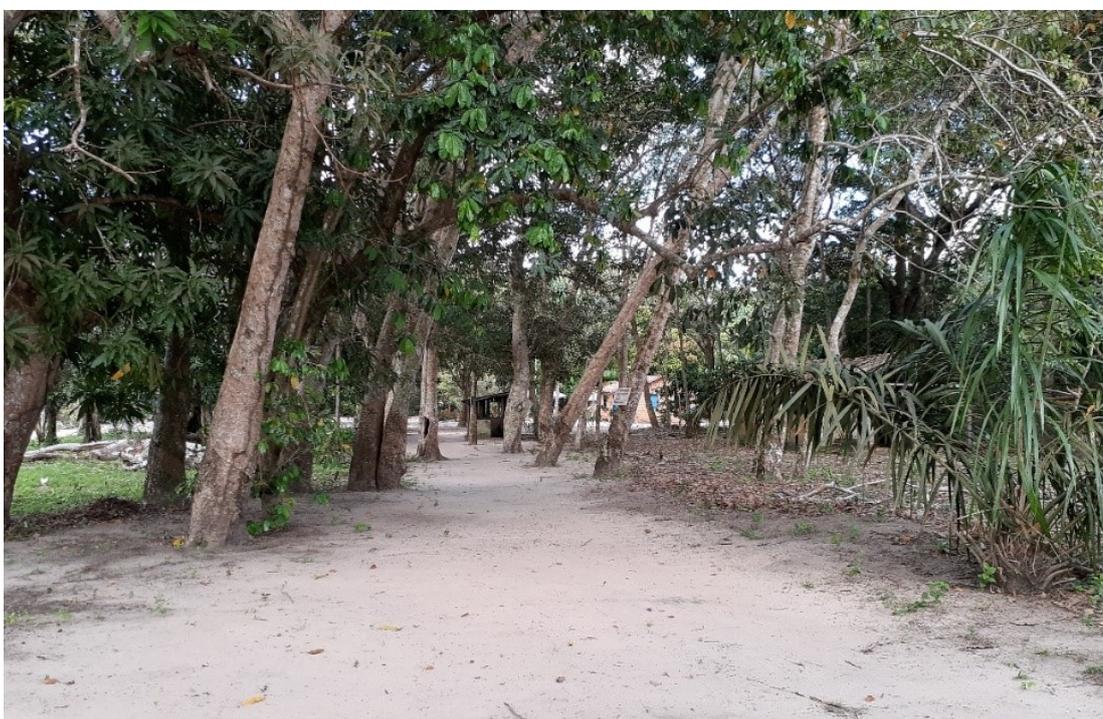


Foto: Autora, 2019.

c) A comunidade criou placas indicativas com objetivos diversos: sinalizar os atrativos, dar boas-vindas, conscientizar sobre o meio ambiente, entre outros, conforme mostram as figuras 54 a 58.

Figura 54 – Placa indicativa 1.



Foto: Autora, 2019.

Figura 55 – Placa indicativa 2.



Foto: Autora, 2019.

Figura 56 – Placa indicativa 3.



Foto: Autora, 2019.

Figura 57 – Placa indicativa 4.



Foto: Autora, 2019

Figura 58 – Placa indicativa 5.



Foto: Autora, 2019.

O exposto demonstra que para além da estrutura do restaurante, toda a comunidade vem sendo preparada para funcionar como um empreendimento turístico comunitário, apresentando-se ao visitante como um lugar que valoriza seus recursos, informando que os utiliza para obter renda complementar, mas sobretudo, convidando quem chega, a usufruir de todas as riquezas naturais e culturais endógenas com responsabilidade socioambiental. A organização coletiva voltada para o turismo identificada em Coroca favoreceu a compreensão de que o turismo comunitário pode ser uma realidade sustentada por valores endógenos, de forma autônoma e independente da assessoria técnica de agentes exógenos, como ONGs, instituições acadêmicas, organizações públicas e afins.

2.4.5 Os empreendimentos turísticos de agentes externos

O primeiro empreendimento na comunidade Coroca com finalidade turística iniciou suas atividades por volta do ano 2014. De acordo com a comunitária Maria Nilda Guimarães Pereira esse empreendimento, que se chama Casa Coroca, surgiu em decorrência de uma preocupação da comunidade em não querer que um de seus terrenos fosse ocupado por *gente desconhecida* dos comunitários. Segundo ela, um dos integrantes da comunidade tinha título de propriedade de seu terreno. Quando decidiu vender procurou a associação comunitária para oferecê-lo, mas esta não tinha o valor que ele pediu, então, a própria associação procurou o Márcio – que já era conhecido da comunidade – e ofereceu a ele a prioridade da compra. A comunitária entrevistada explicou que:

Na verdade a gente comunidade que procurou ele para fazer isso aqui, até porque esse terreno aqui era de uma família aqui do lado que se mudou há anos pra Santarém, e eles queriam se desfazer desse terreno, então pra eles não venderem pra pessoas desconhecidas, aí a gente procurou o Márcio, a gente já conhecia ele, ele trabalhou anos pelo Saúde e Alegria aqui na região do Arapiuns, aí a gente procurou ele e indicou que tinha esse terreno aqui, se ele não queria comprar, aí ele fez um monte de análises do terreno, ele viu as possibilidades pra colocar um empreendimento, então foi um projeto muito demorado pra poder ele comprar esse terreno aqui. Depois que a gente procurou ele (*sic*), levou mais de ano para ele afirmar em comprar esse terreno, pra depois montar esse projeto dele³³.

³³ Maria Nilda Guimarães Pereira. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

O “projeto dele” é uma casa com ótima estrutura (ver figura 59), que está localizada em terreno privilegiado, de frente para o rio Arapiuns (ver figura 60). A casa tem dois pavimentos. No térreo fica a sala, a cozinha e um banheiro. No andar superior tem dois quartos, que possuem: uma cama de casal e uma de solteiro, armários e ventiladores. Nesse andar também existe um banheiro de uso comum aos quartos. A casa possui luz elétrica fornecida por placas solares, o que permite o uso de geladeira e outros eletrodomésticos na cozinha.

Figura 59 – Casa Coroca.



Foto: Autora, 2017.

Figura 60 – Vista do rio Arapiuns a partir da Casa Coroca.



Foto: Autora, 2017.

Os turistas que se hospedam na casa contam com os serviços de cozinheira, faxineira e lavadeira, realizados pelos comunitários. A remuneração desses serviços é realizada pelo proprietário da casa. Pelos serviços prestados, cada comunitário recebe uma diária de R\$60,00 (sessenta reais), (valor em janeiro/2017).

A Casa Coroca é comercializada por meio do serviço on-line *Airbnb*, anunciada como *Casa Coroca: Turismo Comunitário no Rio Arapiuns*, cuja diária em março/21 era de R\$280,00 (duzentos e oitenta reais). No perfil virtual da casa, existe um item nomeado *Regras da Casa*, que faz referência ao documento *Protocolo Cultural de Turismo Comunitário de Coroca*, o qual deveria servir como orientador das condutas dos hóspedes na comunidade, no entanto, o texto não detalha quais seriam essas *regras*, nem a comunitária entrevistada mencionou esse protocolo. Observei *in loco* que esse protocolo não existe como um documento, bem como, Coroca não possui um plano de turismo, conforme orienta o Plano de Utilização do PAE Lago Grande.

O perfil do público que frequenta a Casa Coroca é de famílias. Isso foi dito pela entrevistada, e pode ser constatado nos comentários dos hóspedes que constam no perfil virtual da casa, no sítio eletrônico do *Airbnb*. Essas famílias ficam, em média, de dois a cinco dias.

Segundo Nilda Pereira, a comunidade tem uma boa relação com Márcio porque ele incentivou o turismo local. Como a comunidade já tinha criação de abelhas e tartarugas, o Márcio preparou a comunidade para receber bem os

visitantes. Além disso, ele ensinou os comunitários a tratar do lixo, e manter os espaços de uso comuns sempre limpos. De fato, a limpeza local chamou atenção desde a visita exploratória realizada em janeiro de 2017. Na ocasião, era uma segunda-feira, por volta de 10h da manhã e não se identificou nenhum lixo solto no chão, como mostra a figura 61.

Figura 61 – Área comunitária limpa.



Foto: Autora, 2017.

Além da Casa Coroca, a comunidade possui em seu território outro empreendimento chamado *Eco Viva Amazônia*.

A pousada Eco Viva Amazônia é de propriedade de dois empresários paulistas, e começou a ser construída final de 2015, sem anuência da comunidade. Sobre essa construção, Nilda Pereira expõe que:

O Bruno pegou a gente de surpresa ali, porque o dono que era do terreno não procurou a comunidade pra dizer que ele queria vender o terreno (*sic*). Quando a gente nem pensou, ele já tava (*sic*) chegando e já construindo.

Nesse empreendimento, a vontade da comunidade de não ver seu território ocupado por pessoas estranhas não foi respeitada, pois Coroca não foi consultada nem pelo antigo proprietário do terreno. Como informado anteriormente, o PAE foi criado em 2005 com terrenos privados, mas após sua criação essas áreas não podem ser vendidas sem anuência da associação comunitária local, em primeira instância, conforme consta no Plano de Utilização do PAE:

De acordo com o Estatuto da Terra (Lei no 4.504/1964), é proibida a venda, os arrendamentos e o aluguel de áreas de terra no PAE. Caso ocorram, caberá às associações, em primeira instância, fazerem o levantamento da situação in loco, junto à FEAGLE e ao INCRA. Esta situação deverá ser levada para ser discutida em Assembleia, com pauta definida. Caso seja constatada a venda, mesmo que para outros beneficiários da reforma agrária, o morador não terá mais direito a um novo lote de terra no PAE Lago Grande (FEAGLE, 2017, p. 35).

Em conversa com um dos proprietários do Eco Viva Amazônia (entrevistado 17), ele informou que comprou o terreno em outubro de 2015 e em novembro do mesmo ano já entrou com uma equipe na área para construir. Segundo ele, o ex-proprietário do terreno apresentou documento de aquisição da área do INCRA, por isso ele fechou negócio. Ele explicou que a primeira etapa durou cinco semanas, o que gera o questionamento: por que a comunidade não reagiu à construção desse empreendimento durante esse tempo?

Os primeiros visitantes somente chegaram em meados de outubro de 2016. As pessoas têm a opção de fazer roteiros totalmente customizados, com pernoite no redário e direito ao café da manhã, ou de levar sua rede e pagar apenas uma taxa. A pousada também cede rede, mediante pagamento de uma pequena taxa. Além do redário, a pousada dispõe de um quarto de casal no andar superior da casa e, quando atende grupos, são contratadas cozinheiras da comunidade, remuneradas por diária.

O empreendimento é divulgado em seu sítio eletrônico *ecovivaamazonia.com.br* e nas redes sociais, mas muitos visitantes chegam por indicação de pessoas em Alter do Chão.

Para facilitar o acesso dos hóspedes ao seu empreendimento, o proprietário informou que comprou uma *bajara*³⁴ grande.

A figura 62 mostra a casa principal que tem dois quartos no andar superior, e embaixo uma área para atar redes. Todas as construções são em madeira e cobertas com palha para seguir uma proposta de integração com a natureza local.

³⁴ Bajara é o nome dado à uma pequena embarcação de madeira com motor.

Figura 62 – Casa de hospedagem do empreendimento Eco Viva Amazônia.



Foto: Autora, 2017.

A figura 63 mostra a cozinha do empreendimento, e sua proposta de ser um espaço aberto para que cada um se sirva à vontade, segundo o proprietário do Eco Viva Amazônia.

Figura 63 – Cozinha do empreendimento.



Foto: Autora, 2017.

A figura 64 mostra um caminho de seixo que conduz o visitante até a praia. Do lado esquerdo da foto existem plantações de várias frutas, e legumes adequados ao clima regional, como: cupuaçu, maracujá, tangerina, carambola, bacuri, abacate, limão, tomate, berinjela, milho, quiabo etc. A ideia é que os hóspedes colham esses alimentos e preparem suas próprias refeições.

Figura 64 – Caminho de seixo que leva o visitante até a praia.



Foto: Autora, 2017.

A figura 65 mostra a maloca-redário que tem capacidade para 15 pessoas. Seu piso também é de seixo.

Figura 65 – Maloca-redário do empreendimento.



Foto: Autora, 2017.

Pelo exposto, depreendo que a entrada de agentes externos no território de Coroca para explorar o turismo como atividade econômica incentivou os agentes locais a estabelecerem uma organização comunitária para participar da dinâmica turística local, de forma autônoma. A iniciativa da comunidade, embora ainda não possua competitividade no mercado, em comparação com os empreendimentos citados, representa uma estratégia de romper com as relações coloniais propostas pelos empresários externos, e desse modo, qualifica a experiência ofertada pelos comunitários de Coroca como, de fato, de base comunitária.

3 TURISMO COMUNITÁRIO: UM SISTEMA SOCIAL COMPLEXO QUE ESTABELECE ALIANÇA ENTRE RECIPROCIDADE E AUTONOMIA.

O objetivo deste capítulo, em primeiro lugar, é apresentar um *outro* paradigma para se fazer (planejar, organizar e gerir) turismo, chamado mais convencionalmente, Turismo de Base Comunitária (TBC) ou Turismo Comunitário (TC). Para tanto, exponho as diversas perspectivas teóricas sobre essa prática turística que tem como principal característica o protagonismo de grupos étnicos e sociais, considerados minorias marginalizadas e oprimidas na sociedade capitalista. Apresento ainda, o meu próprio entendimento sobre o TC como modelo de gestão e não como nicho de mercado, e minha justificativa e preferência pelo uso do termo turismo comunitário para referenciar iniciativas de turismo geridas por grupos comunitários.

É justamente por ser liderada por populações que estão alijadas do sistema construído e nutrido pelo capital hegemônico, que essa *outra* forma de fazer turismo é compreendida, por alguns autores, como *alternativa*, mas não *substitutiva*, ao turismo convencional, conhecido por turismo massivo. Portanto, o TC já nasce em bases contra-hegemônicas e, por isso foi interpretado nessa investigação como articulador de um sistema social complexo regido por valores que ultrapassam o caráter monetário das relações de mercado, aportando-se em valores mais humanos, como os afetivos e éticos que caracterizam a reciprocidade.

Assim, o propósito desse capítulo, em segundo lugar, é explicar por meio do paradigma da complexidade (MORIN, 2007), que as relações de troca de dádivas estabelecidas entre os agentes internos e externos às comunidades para a oferta de experiências turísticas são interdependentes. Ou seja, compreendo o turismo comunitário como um *todo* complexo, uma *unidade* constituída por partes que estão em conexão contínua, formando um sistema social que chamo por Sistema do Turismo Comunitário (STC).

Por fim, defendo a ideia de que a *reciprocidade*, por representar um conjunto de regras morais que fortalecem a confiança e facilitam a cooperação na convivência social (PUTNAM, 2006), portanto, é uma estrutura que está na natureza humana, como constatado por Mauss ao final de sua obra (SAUBORIN, 2011), pode ser definida como a estrutura social que sustenta a *autonomia* de uma comunidade na gestão local do turismo, bem como é o *motor* que ordena o STC.

Após análise comparativa das duas iniciativas de turismo observadas em campo, constatei que a *autogestão* do turismo identificada em Coroca e inexistente em Anã, é resultado de um diferencial na organização social comunitária. Nesse sentido, concluo que iniciativas de turismo prosperam melhor em comunidades regidas pelo princípio da reciprocidade, pois neste contexto social as populações locais conseguem estabelecer laços fortes de autonomia, característica fundamental para definir turismo comunitário em minha perspectiva. Portanto, apresento ao final deste capítulo um conceito de TC como resultado desta investigação, além de proposta de contribuição teórica aos estudos do turismo como fenômeno social.

3.1 Surge um novo paradigma?

O turismo como mercadoria, como um produto completo tal como o conhecemos na atualidade, surgiu em 1841 quando o inglês Thomas Cook teve a iniciativa de fretar um trem da companhia Midland Railway Company para uma viagem exclusiva de, aproximadamente, 570 pessoas entre Leicester e Loughborough, que iriam participar de um Congresso Antialcoólico, realizado pela organização filantrópica Harborough Temperance Society (REJOWSKI; PERUSSI, 2008). A ousadia de Cook foi convencer a companhia ferroviária a cobrar somente um *shilling* por passageiro sob a justificativa de que não teria prejuízo, já que assumiu o risco de lotar o trem. Embora não tenha obtido lucro nessa viagem, ele conseguiu viabilizá-la através da intermediação entre prestador e consumidor do serviço de transporte, negociando redução de preço por maior volume de consumo. Daí nasceu a figura do facilitador de viagens turísticas e a consolidação de Cook como primeiro agente de viagem profissional (REJOWSKI; PERUSSI, 2008).

A organização dessa viagem por Cook tornou-se um marco porque, a partir de então, ele desenvolveu várias *facilidades* para o turismo, como: *Handbook of the trip*, primeiro roteiro descritivo de viagem (1845); adoção do *Individual Inclusive Tour*, o tão conhecido pacote turístico (1862) e do *voucher* – um cupom de hotel com dados da reserva (1867); lançamento da *circular norte* (antecessora do *traveler's check*, um cheque utilizado em viagem) aceito em diversos estabelecimentos comerciais no mundo (1874) (OLIVEIRA, 2002; REJOWSKI; PERUSSI, 2008). Através de seu pioneirismo e inovação, Cook deixou como legado a ideia de produto turístico ao criar a viagem organizada, que engloba a agregação

de serviços de transporte, acomodação e atividades no destino. Ele também colaborou com a mudança de perspectiva sobre as viagens, que passou de uma atividade vinculada a obrigações (como estudo e negócios), para uma atividade de entretenimento e prazer, ideia atrelada, posteriormente, ao conceito de “férias” (LICKORISH; LENKINS, 2000).

Como atividade de lazer, o turismo consolidou-se após a Segunda Guerra Mundial em função das melhorias nos transportes, tecnologia e comunicação (MILL; MORRISON, 1985; TRIGO, 1998), também, como resultado das transformações na produtividade empresarial, aumento do poder aquisitivo das pessoas, e restabelecimento do bem-estar social decorrente do estado de paz mundial. (RUSCHMANN, 1997).

O período de 1950 a 1973 é definido por Rejowski e Solha (2002) como Turismo Massivo, pois foi uma época de grandes transformações, que geraram a popularização das viagens através dos *pacotes turísticos*, e voos fretados (*charters*) (RUSCHMANN, 1997). A massificação do turismo é reconhecida pela padronização da oferta e sua comercialização em larga escala, o que gera baixo custo e favorece o consumo em *massa*. Esse modelo de turismo é focado na rentabilidade econômica auferida pelo volume de consumo, e não se preocupa com os impactos gerados sobre recursos naturais e culturais nos destinos, gerando prejuízos ao meio ambiente e às comunidades receptoras. Ainda existem, atualmente, muitos destinos que vivem de fluxos turísticos de massa.

No entanto, com o passar do tempo, os impactos negativos gerados pelo turismo massivo começaram a se destacar, e isso provocou, segundo Zaoual (2009), uma crise de paradigma no turismo, abrindo caminhos para se pensar em novas formas de práticas turísticas, com mais responsabilidade. Nesse contexto, Rejowski e Solha (2002) define o período de 1974 a 2005 como um cenário de mudança para o turismo, que começa a ser pensado pelos princípios da sustentabilidade.

Brito (2000) afirma que a transição para uma nova forma de pensar o turismo foi consagrada pela Conferência de Manila, promovida pela *World Trade Organization* (WTO) em 1980³⁵. A partir de então, o turismo foi compreendido como

³⁵ Para Brito (2000), a Conferência de Manila é emblemática por ter começado a debater princípios conceituais norteadores para sustentar novas práticas turísticas.

uma atividade que engloba, para além da dimensão econômica, a dimensão ambiental, social, cultural, e ecológica³⁶.

Logo, uma sociedade mais responsável e consciente começou a se formar e demandou por uma forma de praticar turismo que se propunha mais justa e solidária com as populações locais, e mais adequada à conservação da biodiversidade. Essa mudança de comportamento é referida por Zaoual (2009, p. 56) como *novas dinâmicas turísticas*, resultado de uma demanda turística mundial mais *exigente, variada e variável* na perspectiva do autor.

Portanto, a nova concepção do turismo que começa a se desenhar a partir de 1980 pauta-se em características opostas àquelas preconizadas pelo turismo massivo. Assim, o produto turístico anteriormente *padronizado* dá lugar ao *personalizado*; a comercialização deve ser planejada para *pequena escala*; há a preocupação com a *valorização da localidade*, em ações de respeito à natureza, utilização da produção local, conhecimento e respeito às tradições culturais, pois simbolizam a *alma* do lugar.

Esse contexto provoca o surgimento de práticas turísticas menos economicistas, e mais voltadas para a interação humana e valorização das populações que pertencem aos territórios ocupados pelo turismo, porque representam, aos olhos de *quem visita*, “o exótico e diferente, o primitivo, a tradição, a identidade comunitária e a autenticidade, traços perdidos pelas sociedades ocidentais, às quais o próprio *viajante* pertence e que procura recuperar” (BRITO, 2000, p. 5, grifo do autor). Por essa perspectiva, as comunidades receptoras passam a destacar-se como a possibilidade de oferecer interações culturais mais *autênticas* aos turistas. Entretanto, é importante ressaltar que nem sempre a autenticidade é genuína, pois pode ser forjada pelos operadores turísticos para tornar o lugar *mais atraente* para os turistas interessados em vivenciar experiências com essa proposta.

Para Zaoual (2009, p. 57), os turistas buscam por *verdadeiros sítios* que são lugares que associam “a autenticidade e a profundidade do intercâmbio intercultural de uma parte e a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados em outro lugar”. Ou seja, uma experiência de viagem na qual se possa vivenciar a mediação entre natureza e cultura de forma mais genuína e interativa, fugindo das

³⁶ Brito cita Joaquim (2007, p. 75) para informar que os objetivos definidos na Conferência de Manila foram “proteção e preservação do meio ambiente, da estrutura ecológica e do patrimônio natural, histórico e cultural do país; a ótima utilização qualitativa de recursos turísticos existentes ou potenciais do país, compreendendo o conjunto do patrimônio cultural, artístico, histórico e espiritual, afirmando o princípio da autenticidade e evitando a sua deformação e a sua falsificação”.

realidades disruptivas impostas pela hipermodernidade (TRIGO, 2020; BENI; MOESCH, 2017), que usurpam do homem a essência integral de sua humanidade.

Essas outras formas de fazer e organizar o turismo são consideradas *alternativas* ao turismo de massa, mas não *substitutivas*, ou seja, embora já tenham conquistado seu espaço no mercado de viagens, ainda não alcançaram o *status* para promover uma ruptura na cadeia produtiva do modo massivo de viajar. Na contramão da expectativa de o mercado superar o turismo massivo, constata-se na atualidade, a intensificação do turismo predatório, conhecido como *overtourism*³⁷, nos destinos globais mais tradicionais, acarretando impactos negativos de toda ordem.

Por práticas turísticas alternativas compreende-se toda forma de viajar que envolva maior *responsabilidade* com o meio ambiente natural, social e cultural, tanto por parte de quem opera o planejamento do destino e dos equipamentos turísticos, como por parte do viajante, que deve ter uma postura mais ativa e consciente sobre os impactos de seu ato de viajar. Brito (2000, p. 6) esclarece que a dimensão da “responsabilização é inerente ao conceito de turismo alternativo, ou seja, ele é entendido simultaneamente como prática responsável e tendencialmente sustentável”.

Portanto, na perspectiva do autor, essas práticas são *alternativas, responsáveis e sustentáveis* porque propõem o desenvolvimento da atividade turística em sintonia com o progresso do lugar, por meio de alianças entre o natural e o humano; entre a biodiversidade e as diversas identidades culturais locais.

No cerne do debate sobre ações mais responsáveis e sustentáveis no ato de viajar, emerge uma distinção entre visitante e viajante. Para Brito (2000, p. 7, grifo do autor), o *visitante* é o “*turista* referenciado de forma negativa porque praticante do *turismo massificado* e depredador ou destruidor; o *viajante* conotado positivamente e valorizado porque defensor e praticante de *Novas Formas de Turismo*³⁸, alternativas

³⁷ Trigo (2020) pontua que o fenômeno conhecido como *overtourism* é consequência de diversos fatores: barateamento de tarifas; a valorização da viagem como símbolo de status e a contribuição das redes sociais nesse processo; aumento dos programas de fidelização associados aos serviços digitais que oferecem viagem como prêmio. Acrescento à essa lista, o surgimento de agências on-line que diversificaram, ampliaram e baratearam o consumo dos serviços e produtos turísticos.

³⁸ O autor Brito (2000, p. 5) apresenta o termo *Novas Formas de Turismo* para referenciar as diversas práticas turísticas que são reflexo de maior preocupação com a conservação do meio ambiente. Assim ele cita o “turismo natureza, o turismo de aventura, o turismo verde, o turismo ecológico ou ecoturismo, o turismo rural, o turismo branco ou de neve, o turismo azul ou de mar”. O diferencial dessa análise proposta por Brito, é considerar, para além do fator natural, o viajante e seu comportamento (no meio social, cultural e natural), como elementos de caracterização desse modelo alternativo de fazer turismo.

e responsáveis”. Por essa análise, o termo *viajante* está associado ao turista mais responsável, àquele que é consciente dos impactos que gera no curso de uma viagem e busca agir de forma mais ativa e positiva.

Trigo (1998) esclarece que a palavra turista ainda sofre resistência, pois esse personagem suscita sentimentos diversos e contraditórios nas localidades receptoras, que podem ser tanto de amor, quanto de ódio, ou de indiferença. Para ratificar seu argumento, o autor cita um diálogo do filme *O céu que nos protege*, de Bernardo Bertolucci. Segundo Trigo (1998), três amigos chegam à África para passar uma temporada, e ao desembarcarem, são questionados por alguém do lugar “se são turistas europeus em busca do exótico ou de uma aventura no continente africano” (TRIGO, 1998, p. 27), ao que respondem:

Não somos turistas, somos viajantes. Turista é aquele que chega com um roteiro predeterminado e com data certa de voltar. Viajante é o que chega sem saber ao certo aonde vai, quanto tempo vai ficar e se mistura com as populações locais, bebendo seus costumes e vivendo suas vidas.

A citação apresentada por Trigo (1998) associa viajante a uma postura de viagem mais livre dos tradicionais roteiros turísticos, o que possibilita mais fluidez na interação com o lugar visitado, e com as pessoas que nele habitam. Nesse contexto, o viajante tem mais possibilidades de trocas culturais genuínas, o que favorece maior percepção sobre sua responsabilidade ao longo de uma viagem, portanto, sobre o despertar de uma consciência turística mais responsável.

É importante destacar as diferenças conceituais entre os termos *viajante*, *visitante* e *turista* de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), publicados no documento Recomendações Internacionais de Estatísticas de Turismo (RIET), em 2008. Com o objetivo de ordenar a comparabilidade das estatísticas entre países, o RIET define como *viajante* a “pessoa que se desloca entre duas localidades geográficas distintas por qualquer motivo ou duração” (GERAÇÃO, 2016),³⁹. Portanto, viajantes são todas as pessoas que viajam; que se deslocam para um lugar fora de seu ambiente de residência habitual, sem limite de tempo ou definição de motivação. Nessa categoria enquadram-se: tripulação de meios de transporte; trabalhadores fronteiriços; imigrantes; diplomatas; militares e seus dependentes; forças armadas em manobras, entre outros.

³⁹ Recomendações Internacionais de Estatísticas de Turismo (RIET) 2008, OMT, § 2.4 e glossário). In: GERAÇÃO da base de dados de chegadas de turistas não residentes Brasil. Brasília, 2016.

Já o termo *visitante*, engloba a pessoa que viaja para fora de seu lugar de residência, com duas condições: a duração da viagem ser inferior a um ano, e que não tenha por objetivo desenvolver atividade remunerada no lugar visitado. Nessa categoria, encontram-se os turistas e os excursionistas. A diferença entre eles é que os primeiros realizam pernoites nas localidades que visitam, enquanto os excursionistas são considerados visitantes de um dia. A OMT considera que essas são as viagens turísticas. Ou seja, para fins estatísticos, o turismo é realizado por visitantes, e não por viajantes.

Feitos os esclarecimentos sobre o papel da ação humana na prática turística, voltemos à análise sobre a compreensão do fazer turístico considerado alternativo. Esse modo de fazer turismo é conhecido por vários termos: turismo de base comunitária (TBC), ecoturismo de base comunitária, turismo rural comunitário, turismo de base local, turismo comunitário (TC), turismo solidário, turismo responsável, turismo alternativo, turismo situado, turismo de proximidade, turismo intercultural (BALLESTEROS, 2017; CORIOLANO, 2012; ZAOUAL, 2009).

A multiplicidade de termos para designar esse *outro* turismo é reflexo da heterogeneidade de iniciativas lideradas por grupos minoritários (quilombolas, indígenas, ribeirinhos, comunidades extrativistas, pescadores artesanais, entre outros), e seus diversos arranjos sociopolíticos para organizar a atividade turística no território local. A diversidade de experiências permite um amplo mosaico de interpretações, sendo assim, os pesquisadores da área ainda não conseguiram definir termo e conceito únicos para se referirem a essa prática turística, que não é um segmento do turismo, mas sim uma proposta de modelo de organização da atividade.

O surgimento do TBC na América Latina está associado às primeiras experiências desenvolvidas em comunidades isoladas em ambientes rurais, em meados dos anos 1980, por isso começou a ser chamado por Turismo Rural Comunitário (TRC) (MALDONADO, 2009). No entanto, atualmente, o fenômeno está presente em todos os tipos de territórios do continente, inclusive em áreas urbanas de grandes metrópoles, especialmente em espaços segregados, ocupados por minorias marginalizadas.

No Brasil, embora o debate e iniciativas de TBC tenham se desenvolvido ao longo dos anos 90 (MORAES; IRVING, 2018), o marco da política pública direcionado ao fomento desse fenômeno foi publicado somente em 2008. Nesse

ano, o MTur lançou o edital n.001/2008 com o objetivo de financiar projetos de turismo de base comunitária protagonizados por comunidades receptoras, que tiveram como foco ações de fortalecimento do território, visando o desenvolvimento local e inclusão social. Além do protagonismo das comunidades, o documento enfatiza que iniciativas de TBC devem ser reconhecidas pelos princípios da autogestão, associativismo/cooperativismo, e valorização da cultura local. Embora essa ação do MTur tenha colaborado com o fomento de várias iniciativas brasileiras de TBC, essa política não teve continuidade, caracterizando-se como um ato isolado no contexto da política nacional de turismo.

No entanto, é necessário informar que a demanda por políticas públicas para essa atividade era tão essencial que o MTur recebeu mais de 500 projetos, dos quais apenas 50 foram selecionados. Dessa seleção, 42 foram formalizados e contemplados com investimentos de cerca de 7 milhões de reais (BRASIL, 2010). Dentre os projetos contemplados, cinco estavam localizados na região Norte, sendo três somente no estado do Pará. Essas propostas localizavam-se em municípios sediados em três regiões turísticas distintas do Pará: Curuçá, no Polo Amazônia Atlântica; Soure, no Polo Marajó, e Santarém, no Polo Tapajós.

Entre os projetos desenvolvidos no Pará, o único que conseguiu se manter em atividade ao longo do tempo, de modo contínuo, até os dias atuais, foi aquele realizado nas comunidades ribeirinhas de Santarém, especialmente na comunidade Anã, lugar onde as ações de fomento do turismo alcançaram melhores resultados. Esse contexto favorável justifica-se pela permanência, após o fim dos investimentos concedido pelo MTur, da assessoria técnica do agente externo que foi o indutor do desenvolvimento do TBC nessa região. Após analisarem dezoito experiências contempladas pelo edital, Silva *et al.* (2016) concluíram que apenas duas delas conseguiram sobreviver após a saída do agente indutor.

Em relação ao projeto implantado na Vila do Pesqueiro, no município de Soure, Boulhosa e Vasconcelos (2019) afirmam que, embora a associação de mulheres que deu origem ao projeto tenha sido extinta, e as atividades de turismo tenham sido suspensas por um tempo, na atualidade algumas famílias do lugar voltaram a oferecer serviços turísticos, com a orientação do ICMBio e organizações não-governamentais.

Sobre o projeto fomentado em Curuçá, Queiroz e Guerra (2016) ressaltam que, embora o TBC seja gerenciado desde 2008 pelo Instituto Tapiaim⁴⁰, formado por comunitários envolvidos com a pesca, agricultura e o comércio, as experiências turísticas desenvolvidas em quatro povoados que integram os roteiros apresentam desarticulação com os princípios do TBC, como ausência de protagonismo local, distribuição equitativa dos benefícios, desencontros de interesses, baixa participação e cooperação dos agentes locais, o que evidencia a fraca estruturação do TBC no município, ao longo do tempo.

É importante destacar as divergências sobre o uso de termos para se referir ao turismo alternativo. No contexto internacional, Ruiz-Ballesteros (2017) explica que os termos *community-based tourism* e *community-based ecotourism* são mais frequentes em inglês, já *turismo comunitário* é mais utilizado na maior parte do contexto latino-americano. Entretanto, esse autor defende o uso do termo *turismo de base local* por sua capacidade de englobar todos os demais, e por sugerir uma perspectiva mais ampla que permite abranger diversas tendências do *turismo rural* na Europa, que é o ambiente de pesquisa do autor.

No contexto brasileiro, embora muitos autores façam uso de TBC e *turismo comunitário* sem distinções conceituais entre eles, o termo mais utilizado por vários pesquisadores é TBC. (IRVING, 2009; MENDONÇA, 2009; SANSOLO; BURSZTYN, 2009; LIMA, 2011; BURSZTYN; BARTHOLLO, 2012; MIELKE; PEGAS, 2013; GUZZATTI *et al.*, 2013; BURGOS, 2014; BURGOS; MERTENS, 2016; SANCHO; MALTA, 2015; LEÃO, 2016; MORAES, 2019, grifo nosso).

No entanto, alguns pesquisadores nacionais propõem aspectos de diferenciação entre TBC e TC. Silva *et al.* (2016) consideram que as experiências definidas pelo termo TC representam mais um segmento do mercado turístico comercializado por operadoras turísticas convencionais, que vendem uma *imersão* no ambiente comunitário. Assim, na perspectiva desses autores, o TC transforma as comunidades e seus modos de vida em produtos e/ou mercadorias exóticos, embalados em pacotes de viagem prontos. Embora reconheçam que o TC seja uma alternativa para as comunidades marginalizadas obterem emprego e renda, e

⁴⁰ O Instituto Tapiaim é uma entidade criada por jovens, filhos de agricultores, pescadores e professores, pertencentes ao município de Curuçá/Pará, que tem como um de seus objetivos "Promover o Ecoturismo de Base Comunitária na Reserva Extrativista Mãe Grande de Curuçá, resgatar e valorizar a cultura, a história e a conservação do meio ambiente". Portanto, é uma organização local destinada a gerir o turismo no território municipal. A criação desse instituto é resultado de um projeto de TBC coordenado pela ONG Peabiru, que foi um dos 50 projetos selecionados pelo edital n.001/2008 do MTur.

fortalecerem sua identidade local, os autores enfatizam que os impactos dessa prática são similares aos do turismo convencional, por ser percebido pela lógica da segmentação de mercado.

Por outro lado, Silva *et al.* (2016) compreendem que as experiências definidas pelo termo TBC representam uma forma de organização e gestão da atividade na qual os moradores locais trabalham de forma cooperada e associada, e a renda gerada é revertida em benefícios coletivos. Ou seja, na perspectiva dos autores, é somente no TBC que há o protagonismo comunitário em todo o processo de desenvolvimento local do turismo, e por isso, eles defendem que a comunidade dialogue diretamente com os turistas interessados, sem a interferência de atravessadores comerciais não especializados.

Para viajantes com interesse em questões sociais e políticas, a organização e a relativa autonomia de grupos locais para a prática da atividade chamada TBC ou TC, a maneira como lidam com a natureza, o seu modo de vida peculiar, suas formas produtivas, sua alimentação, histórias e lendas, além de outras características próprias, podem ser atrativos importantes para a viagem. Nesse caso, comunitários e viajantes realizam um encontro e é quando pode ocorrer uma relação intercultural, uma interpenetração entre culturas diferentes que realizam trocas interpessoais e escapam da lógica alienante do mercado e da mercadoria. Essa situação aproxima-se de um movimento e afasta-se da condição de nicho de mercado.

Nesse sentido, entendo que os argumentos utilizados por Silva *et al.* (2016) para distinguir TBC e TC são insuficientes para consolidar essa diferenciação conceitual, em função de apresentar algumas fragilidades e contradições. A primeira refere-se ao TC como um segmento do mercado turístico. Para refutar essa ideia, apresentarei, brevemente, uma contextualização sobre segmentação de mercado.

A segmentação do mercado é uma ferramenta de marketing utilizada para gerenciar bens e serviços, setor no qual o turismo se enquadra. As empresas aplicam a segmentação para atingir com mais eficiência o seu mercado consumidor (KOTLER, 1997). Existem vários critérios para agrupar clientes por nichos de mercado. Kotler (1997) definiu quatro: geográfica, demográfica, psicográfica, comportamental. Já Pimenta e Richers (1991) acrescentaram a *caracterização econômica* aos critérios definidos por Kotler (1997). No turismo, Ignarra (1998)

definiu onze critérios, dentre os quais considera mais importante a *motivação* para se deslocar.

Desse modo, os segmentos turísticos surgem a partir de diferentes motivações: descanso; lazer; aventura; estudos; eventos; interação com comunidades, entre outros. Portanto, surge uma questão: quais as motivações dos turistas para fazer turismo em comunidades? Eles desejam uma interação com a comunidade local e seu modo de vida, ou apenas uma visita rápida? A partir da customização na compra do produto (pacote/visita), eles têm a liberdade de definir se querem uma *imersão* mais *profunda* ou *superficial*? E se tivessem esse poder de decisão, eles poderiam ser classificados, de acordo com o grau desejado de interação, em turistas de TBC e/ou de TC?

As respostas a essas questões passam, a meu ver, de um lado pela pesquisa de mercado com a demanda, e de outro pelo inventário e análise da oferta (no caso, as comunidades), para se ter os elementos capazes de definir a existência ou não de um segmento chamado Turismo Comunitário (TC). No entanto, pela perspectiva de análise da motivação da demanda, defendo que, embora os turistas possam manifestar graus diferentes de interação com a comunidade, esse não é um critério válido para definir que existe uma demanda para TC e outra para TBC. Eles estão no mesmo grupo de consumidores. Portanto, não há como definir um segmento chamado Turismo Comunitário com base na lógica do mercado capitalista, conforme argumentado por Silva *et al.* (2016).

Com base na pesquisa de campo desenvolvida nessa investigação científica, acredito que no imaginário da demanda não há o desejo de consumir/obter uma experiência turística em comunidades como uma interação/mercadoria pronta e fechada em um pacote de viagens. O que a demanda busca é o intercâmbio cultural pautado na troca de saberes entre humanos. A forma como isso ocorrerá, está sob responsabilidade da comunidade, mesmo que essa relação de *encontro* entre turistas e anfitriões seja mediada por operadoras turísticas convencionais.

Desse modo, é a autonomia da comunidade na gestão local do turismo que definirá como será a interação com os turistas. Ou seja, quanto mais emancipada da tutela de agentes externos, maior a liberdade para decidir o tipo de intercâmbio que deseja estabelecer com turistas. Nesse contexto, a comunidade também tem a oportunidade de oferecer interações mais genuínas. Sendo assim, ao se considerar que as comunidades e seus territórios constituem a oferta do mercado turístico

nesse *modo de fazer* turismo, é preciso analisar a função da autonomia em iniciativas de TC.

Por um lado, ao se considerar que o grau de autonomia das comunidades receptoras é forte, entender-se-á que elas têm o direito de escolher se: a) estabelecerão interação mais intensa ou mais superficial com visitantes; b) permitirão operadores convencionais e/ou especializados comercializando a visita; c) buscarão capacitação para interagir diretamente com o mercado consumidor sem atravessadores comerciais; d) aceitarão fazer gestão compartilhada da operação logística local com agentes externos.

Por outro lado, ao se considerar que o grau de autonomia é baixo, entender-se-á que toda intervenção externa no ambiente comunitário é uma forma de dominação e representa uma ameaça à sobrevivência daquele grupo social. Por este prisma, outorga-se às comunidades o papel de subjugadas e nega-lhes o direito de escolha. Mesmo que essa escolha represente, em algumas comunidades, a manutenção de relações coloniais de poder e a subalternidade do grupo local, é importante reconhecer que, às vezes, essa condição foi escolhida em troca do retorno econômico gerado pelo fluxo de visitantes. Em resumo, o que pretendo enfatizar e defender é que, as comunidades são dotadas de autonomia nos processos de tomada de decisões em relação ao turismo, mesmo que o agente externo compreenda essas escolhas como equivocadas.

Sendo assim, defendo a ideia de que TC e TBC não constituem práticas regidas por princípios diferentes, pois ambos se referem a modelos de gestão protagonizados por populações locais, no entanto, o campo de pesquisa mostrou-me que a autonomia comunitária determina se o modelo de gestão do turismo implantado gera mais impactos positivos do que negativos, como a melhoria da qualidade de vida da população local. Desse modo, pretendo ao longo desse capítulo, construir um conceito para o turismo em comunidades, e explicar a preferência pelo termo *turismo comunitário*.

Além das fragilidades destacadas nos argumentos de Silva *et al.* (2016) para distinguir TBC de TC, finalmente, é importante pontuar, mesmo que brevemente, algumas contradições que constam em uma tabela comparativa proposta pelos autores.

De um lado da tabela, Silva *et al.* (2016, p. 84) relacionaram as características do TBC, e do outro, as do TC. Desse modo, no TBC consta “abertura para troca de

saberes e práticas, hospitalidade, acolhimento”, e na do TC “participação, voluntariado, intercâmbio cultural”. Compreendo que a disponibilidade para a *troca de saberes* corresponde a *intercâmbio cultural* e que essa prática envolve *hospitalidade, acolhimento, participação*, e que pode ocorrer por meio de *trabalho voluntário* na comunidade, desde que o visitante utilize serviços e equipamentos turísticos, a fim de que a relação econômica do turismo seja preservada. Todos esses aspectos da relação anfitrião-visitante foram observados no campo de investigação dessa pesquisa, por isso, tenho respaldo empírico para afirmar que as características citadas pelos autores são inadequadas para distinguir TBC de TC.

Em outra alínea, Silva *et al.* (2016, p. 84) identificaram que o TBC promove “valorização da cultura, respeito, e conservação do meio ambiente”, e o TC gera a “imersão no cotidiano das comunidades, apreciando, compreendendo e valorizando a cultura e o modo de ser e viver”. Sobre essas características não se identificou divergências, portanto, não há distinção entre TBC e TC. Se considerarmos o termo *imersão* como pejorativo, faz-se necessário pontuar que a imersão não precisa, necessariamente, ser negativa. Pode ser uma prática de respeito sobre as diferenças culturais, a depender do modo como é ofertada ao turista.

Pelo exposto, enfatizo que os argumentos apresentados por Silva *et al.* (2016) para distinguir TBC de TC são insuficientes para estabelecer o TC como segmento, e a distinção teórica entre TBC e TC.

Alguns autores afirmam que mais importante que diferenciar TBC de TC, é debater os princípios, valores e características dessa prática que se configura como uma mudança de paradigma ao turismo convencional hegemônico (CORIOLANO, 2003). Sendo assim, quando os termos TBC e TC aparecerem no texto daqui em diante, como sinônimos de uma prática que tem como princípio balizador o protagonismo das populações locais na gestão local do turismo, e sua alternância no texto corresponde à escolha do autor mencionado.

3.2 Turismo comunitário: concepções teóricas para entender o *outro* turismo

3.2.1 O turismo comunitário como um sistema complexo

O turismo comunitário é interpretado, nessa análise, como um *sistema*, pois ele forma um todo constituído por partes que estabelecem relações de

interdependência. No entanto, por se reconhecer na pesquisa de campo que as partes desse todo possuem atributos importantes de forma isolada, e não somente quando integram o todo, é que se definiu o paradigma da complexidade de Edgar Morin (2005) para explicar a estrutura e funcionamento do turismo comunitário como sistema social complexo.

O pensamento complexo de Morin (2003) parte da concepção do princípio sistêmico dos seres vivos, postulado pela Teoria Geral dos Sistemas (TGS) para explicar a relação de interdependência entre as partes e o todo através de outra perspectiva. Enquanto a TGS considera que o todo é mais que a soma das partes, Morin (2003) propõe que o todo assume duas condições enquanto sistema organizacional: a) pode ser mais que a soma das partes, quando produz *emergências* (qualidades que emergiram da reunião das partes); b) pode ser menos que a soma das partes, pois o todo impõe limitações aos atributos específicos de cada parte.

Para Morin (2005), assim como as partes produzem o todo, esse, por sua vez, retroage sobre as partes, determinando seu funcionamento individual. Portanto, o autor demonstrou que há uma relação de dependência recíproca entre parte/todo que é dinâmica, complementar, concorrente e antagônica, mas que, no entanto, gera a autoprodução e auto-organização de um sistema vivo (SANTOS *et al.*, 2012).

Desse modo, ao explicar que a ordem pode emergir da desordem, por meio de uma relação dialógica entre parte/todo, o pensamento de Morin (2003) desconstrói o determinismo da ciência clássica, pautado na linearidade de causa-efeito, e inaugura um novo olhar científico sobre a realidade, baseado na incerteza de construtos teóricos. Nas palavras do autor:

O pensamento complexo é, portanto, essencialmente, o pensamento que lida com a incerteza e que é capaz de conceber a organização. Trata-se de um pensamento capaz de reunir, contextualizar, globalizar, mas ao mesmo tempo de reconhecer o singular, o individual, o concreto (MORIN, 2003, p. 77).

Nesse sentido, o pensamento complexo avança em relação ao pensamento sistêmico quando demonstra que a perspectiva de organização sistêmica que orienta a TGS, pautada nos padrões da natureza, é incapaz de explicar a complexidade que caracteriza contextos sociais, e por isso, a TGS não pode ser aceita como o único paradigma sobre a realidade; como a certeza sobre o funcionamento de organismos vivos (SANTOS *et al.*, 2012).

Assim, se o mérito da TGS, concebida pelo biólogo Ludwig von Bertalanffy na metade do século XX, foi inserir a visão holística em substituição aos métodos mecanicistas utilizados na ciência clássica, e conceber o conceito de sistema aberto e de uma teoria geral dos sistemas como princípios do pensamento sistêmico (CAPRA, 2006), o mérito da Teoria da Complexidade foi propor a superação do reducionismo, determinismo e hierarquismo, ainda presentes no organicismo totalizador biológico do pensamento sistêmico.

Para Capra (2006), o diferencial do pensamento sistêmico é sua perspectiva sobre a realidade como uma *rede de relações*, o que possibilitou a construção do *pensamento em rede*, não só sobre o meio ambiente, mas também sobre como se produz o conhecimento científico. Na abordagem sistêmica tudo está conectado, é dependente e inseparável. Desse modo, o autor ressalta que a ciência nunca pode conhecer completamente o mundo porque qualquer método de observação é limitado, ao desvelar parte da natureza.

Se por um ângulo, a abordagem sistêmica superou a objetividade da ciência cartesiana e inaugurou um novo paradigma na ciência moderna baseado na interdependência dos *objetos* e na incerteza das epistemologias, por outro, limitou seu olhar científico ao todo, ao compreender as propriedades dos objetos somente por suas conexões e interações na teia de relações.

No entanto, Morin (2005) constatou que a complexidade das relações, especialmente as sociais, permeadas pela cultura, tensões e disputas por poder, não podem ser compreendidas apenas pela organicidade do todo, mas sim pelos atributos de suas partes, especialmente a autonomia. Sendo assim, o autor concebeu o paradigma da complexidade e reconheceu “a autonomia, a independência e o indeterminismo da parte perante o todo” (SANTOS *et al.*, 2012, p. 49), ou seja, as partes não estão reduzidas e determinadas pelo todo, como postulou o racionalismo científico, predominante em grande parte das ciências até meados do século XX (MORIN, 2003).

SANTOS *et al.* (2012) explicam como Morin (2005) concebe a autonomia da parte (sujeito) em relação ao todo (mundo):

[...] a complexidade de Morin traz à tona a emergência do sujeito e, conseqüentemente, da autonomia. Mundo e sujeito são colocados em situação de reciprocidade e inseparabilidade, contudo, dada esta inseparabilidade, a própria autonomia é ela mesmo dependente. Surge então o conceito de autonomia dependente: não há sociedade sem

indivíduos e não há indivíduos propriamente humanos dotados de espírito, linguagem e cultura sem sociedade (*ibid*, 2012, p. 65, grifo nosso).

Esse texto apresenta duas categorias extremamente relevantes para a compreensão do turismo comunitário como sistema complexo: reciprocidade e autonomia. A concepção de reciprocidade no texto acima se refere à relação de dependência que o mundo tem com o sujeito para existir, e vice-versa, por isso a inseparabilidade entre eles. Do mesmo modo, interpreto a relação entre a comunidade e o mercado de viagens pela perspectiva de Morin (2005) sobre a reciprocidade e inseparabilidade, uma vez que a comunidade não pode desenvolver atividades turísticas sem a presença do turista em seu território, que chega até à comunidade por uma série de operações no mercado de viagens.

Esse, por sua vez, depende da comunidade para viabilizar um *outro* paradigma de viagem que atende um grupo de viajantes mais responsáveis, que demanda por essa proposta específica de viajar. Entre eles e viabilizando o *encontro*, está a infraestrutura geral e específica.

Identificada essa relação *in loco*, e interpretada à luz do paradigma da complexidade, acredito que existam elementos adequados para afirmar que o turismo comunitário forma um sistema social complexo, o qual chamarei de Sistema do Turismo Comunitário (STC). Esse sistema está estruturado, basicamente, em três ambientes: endógeno (comunidade), exógeno (mercado de viagens) e facilitadores do encontro (infraestrutura geral e específica), conforme pode ser visualizado na figura 67.

No STC é possível identificar tanto a reciprocidade e inseparabilidade por meio das relações de dependência que as partes possuem umas com as outras para compor o sistema, quanto o conceito de autonomia dependente proposto por Morin (2005).

Embora Morin (2005) reconheça a autonomia da parte em relação ao todo, o autor enfatiza que essa autonomia é sempre dependente de um fator externo à parte, que pode ser outra parte ou o próprio todo/sistema. No caso do STC, ao focar na análise da comunidade, percebo que elas devem construir sua autonomia para gerir o turismo em seus territórios de forma independente da ação de agentes governamentais e não governamentais, entretanto, essa autonomia é dependente da infraestrutura (básica, turística e de apoio) e, principalmente, do mercado de viagens, sem o qual não há visitantes e, certamente, o turismo na comunidade.

O pensamento complexo e os conceitos propostos por Morin (2005) também possibilitaram-me perceber que a reciprocidade é uma categoria que pode ser interpretada como orientadora das relações entre as partes do STC, especialmente nas que são estabelecidas entre a comunidade e o mercado de viagens. Sendo assim, proponho o STC como um sistema social complexo regido pelo princípio da *reciprocidade*.

Por essa perspectiva, a comunidade deve buscar parceiros comerciais e turistas que sejam recíprocos à sua proposta turística. Isso significa que, antes de ofertar serviços turísticos no mercado de viagens, a comunidade deve primeiro definir os valores que estruturam a experiência turística que deseja desenvolver em seu território e proporcionar ao turista. Desse modo, a comunidade terá mais êxito na sustentabilidade sociocultural, econômica e ambiental com a atividade turística.

A complexidade é, segundo Morin (2007), aquilo que é construído em conjunto e forma uma unidade. No entanto, o autor enfatiza que a complexidade está presente não somente na unidade, mas em cada diversidade que a integra, ou seja, o *complexus* da totalidade não é capaz de subtrair a complexidade que existe de forma independente em cada parte. Por isso, a proposta gráfica do STC expressa a complexidade que envolve as três partes desse sistema, mencionadas acima.

Morin (2007, p. 51) ordenou sua explicação sobre a complexidade da realidade por meio de três princípios: hologramático, recursivo e dialógico, utilizando como base social para sua análise a “trindade indivíduo/sociedade/espécie”.

O hologramático refere-se à circularidade todo-partes. De acordo com esse princípio, a parte está no todo, assim como o todo está no interior de cada parte. Como exemplo, Morin (2007) cita que o indivíduo é parte da sociedade, mas a sociedade como todo existe em cada indivíduo por meio de suas normas, cultura, linguagem, saberes.

O princípio recursivo refere-se à circularidade unidade-diversidade. O todo somente pode existir quando há união das partes, no entanto, as partes existem quando integram o todo e, também, de forma isolada. O caráter recursivo deve-se ao fato de o todo retro atuar sobre a parte e a condicionar. Assim, os indivíduos produzem a sociedade, mas depois de ordenada, essa sociedade retro atua sobre os indivíduos para reproduzi-los como seres humanos e sujeitos sociais, de acordo com os padrões culturais vigentes.

O princípio dialógico refere-se à circularidade ordem-desordem. A ordem e a desordem são criadas por antagonismos que se complementam, e nesse processo geram organização e complexidade. Em uma estrutura social, indivíduos egocêntricos criam desordem ao convívio, mas esse tipo de comportamento é o que gera as regras para a ordem. Portanto, há uma auto-organização que surge da desordem, ou seja, do antagonismo surge a complexidade, por isso é dialógico.

Com base na Teoria da Complexidade, Beni e Moesch (2017) propõem a reconstrução do Sistema Turístico (SISTUR) concebido por Beni em 1998. A estruturação do SISTUR foi baseada na TGS, portanto, no modelo explicativo da ciência tradicional. Assim, o foco na explicação do funcionamento de cada subsistema do SISTUR mostrou-se inadequado para compreender o turismo como um fenômeno complexo, pois conhecer as partes e seus atributos, e simplesmente somá-los, não revela a dinâmica do todo.

Sendo assim, Beni e Moesch (2017) defendem, em primeiro lugar, que para apreender a complexidade do turismo enquanto *totalidade fenomênica*⁴¹ deve-se utilizar a transdisciplinaridade. Segundo os autores, o fazer e o saber turísticos passam por questionamentos sistemáticos impostos pela realidade dinâmica, viva, orgânica e mutável do turismo, o que coloca especificamente o saber turístico em um processo contínuo de desconstrução.

Nesse contexto, os autores enfatizam que a via transdisciplinar se apresenta como o caminho mais adequado para construir uma teoria que seja capaz de explicar as práticas de uma atividade, em “que a cada momento é, simultaneamente, produzida e produtora, numa recursão organizacional, na qual a parte está no todo e o todo está na parte” (BENI; MOESCH, 2017, p. 442).

Em segundo lugar, Beni e Moesch (2017) definem os princípios dialógico-hologramático de Morin (2005) para reconstruir o SISTUR, e apreender o turismo por um modelo histórico-cultural, tendo em vista a existência do fenômeno no contexto global. Por essa perspectiva, os autores superam a visão sistêmica reducionista do turismo construída a partir do biologismo, pela qual o SISTUR é composto por partes, chamadas de conjuntos de sistemas e subsistemas, para interpretá-lo como um sistema complexo, como mostra a figura 66, formado por uma totalidade/partes do todo, com os seguintes objetos: objeto da infraestrutura, objeto superestrutura,

⁴¹ Os autores Beni e Moesch (2017, p. 440) fazem referência à Japiassu (2002) para definir totalidade fenomênica “como a atualidade imediatamente dada à observação empírica efetiva, positivamente efetuada, manifestando-se numa constatação”.

objeto social, objeto cultural, objeto ecológico, objeto econômico e objeto do mercado.

Figura 66 – Modelo Sistêmico Complexo do Turismo.



Fonte: (BENI, 2014, *apud* BENI E MOESCH, 2017).

Beni e Moesch (2017) resumem, da seguinte forma, o SISTUR reconstruído pela perspectiva do pensamento complexo:

Apreende como sistema vivo, que se auto-organiza e realiza sua autoprodução, ao mesmo tempo em que realiza a auto-eco-organização (o sistema é, simultaneamente, totalidade/parte, uma unidade global que é parte de outra unidade, tudo está interconectado com tudo, homem e natureza, e a sua auto-eco-produção (só é possível o ser, a existência e a vida em um sistema-organização), pois ele está envolvido em um ambiente externo que se encontra, ele mesmo, integrado a um sistema eco-organizador, o ecossistema (*ibid*, 2017, p. 449).

Essa descrição expressa que o turismo é um sistema vivo, orgânico, aberto. Como tal, para sobreviver precisa se alimentar constantemente de energia e fluxo de matérias retiradas do ecossistema ao qual pertence (CAPRA, 2006). Essa energia é configurada segundo Beni e Moesch (2017) pelas relações sociais criadas e estabelecidas, em fluxo contínuo, pelo desejo de mobilidade humana do *sujeito*

turístico. Em síntese, a força que dinamiza o sistema é humana. Na concepção dos autores, é o sujeito turístico que cria o sistema, e não o contrário. Nesse sentido, os desejos e necessidades humanas geram a dinâmica sistêmica de auto-eco-produção e auto-eco-organização, na medida em que o turista se posiciona, ao mesmo tempo, como produtor e consumidor do objeto turístico.

Pelo exposto, fica claro que o turismo é um fenômeno social. É a partir do contato com diferentes pessoas, situadas em vários tipos de serviços, que o turista vai demandar por processos econômicos, culturais e ecológicos, desde o início de sua viagem, ainda em seu território doméstico, até a chegada no território de destino.

Portanto, a interação social não é resultado do turismo, pelo contrário, é o que gera e viabiliza o turismo como um fenômeno humano de ir e vir. Dito isso, não restam dúvidas para essa pesquisadora, que o turismo desenvolvido por uma comunidade, e em seu território, é ordenado como um sistema social regido pela reciprocidade.

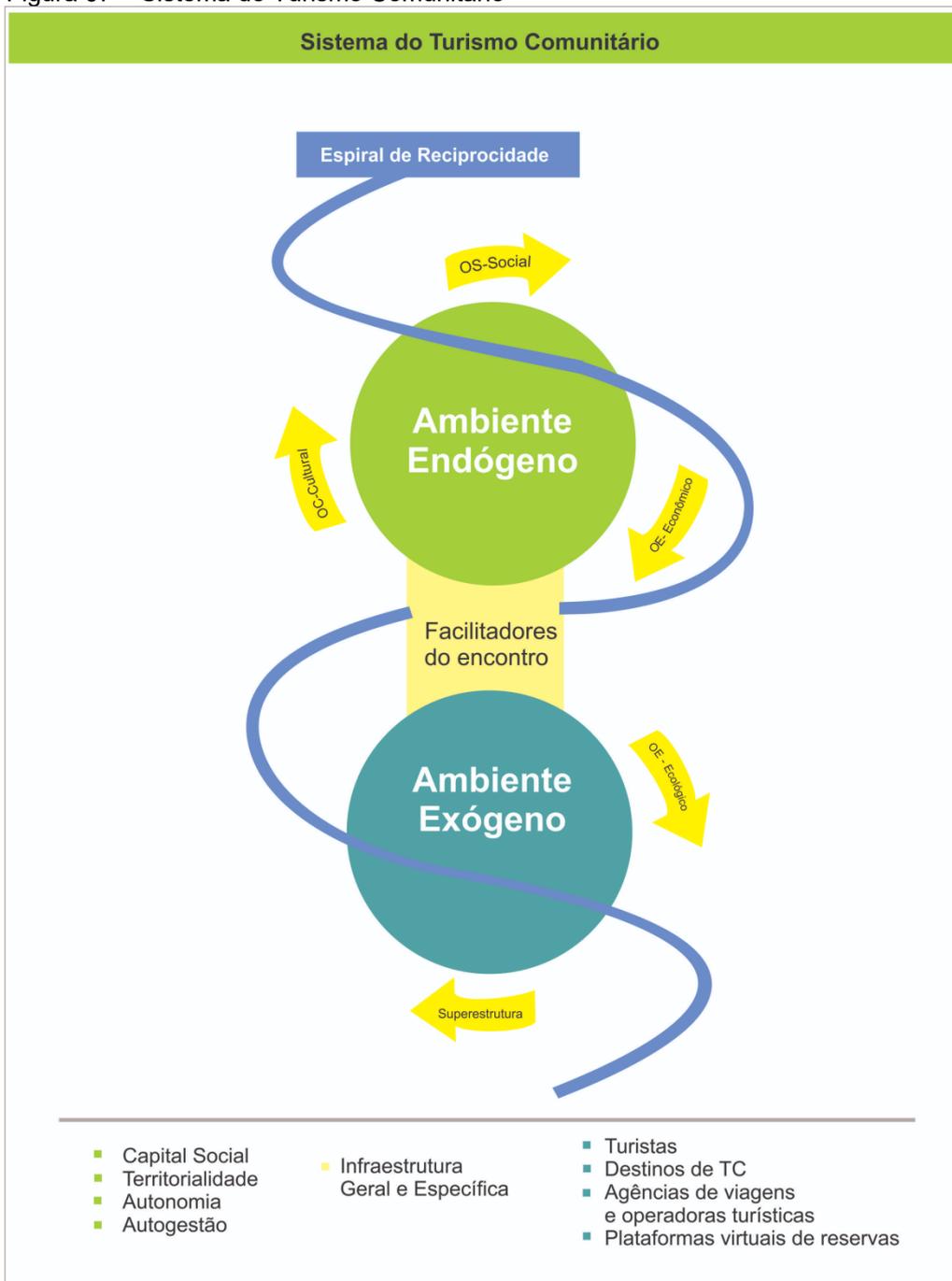
Partindo dos elementos propostos por Beni (2014 *apud* BENI; MOESCH, 2017) no Modelo Sistêmico Complexo do Turismo (ver figura 66), e das observações coletadas na pesquisa de campo, proponho a interpretação do turismo comunitário como sistema social complexo, com base nos seguintes ambientes e seus componentes, os quais podem ser visualizados na figura 67.

- a) Ambiente endógeno – é formado pela comunidade, com os seguintes componentes: capital social; territorialidade; autonomia; autogestão.
- b) Ambiente exógeno - é formado pelo mercado de viagens, com os seguintes componentes: turistas; destinos de turismo comunitário; agências de viagens e operadoras turísticas de massa e especializadas; plataformas virtuais de reservas de serviços turísticos; comunicação virtual de destinos (*blogs*, redes sociais, comunidades virtuais etc.).
- c) Facilitadores do encontro – é formado pela infraestrutura geral e específica – toda essa estrutura viabilizará o deslocamento dos turistas, o acesso e permanência nos destinos, portanto, o encontro entre os turistas e a comunidade.

- A infraestrutura geral refere-se à rede viária e de transportes, ao sistema de telecomunicações, de distribuição de energia e de água, entre outros.
 - A infraestrutura específica refere-se à equipamentos e serviços direcionados às necessidades exclusivas dos turistas, ou de locais turísticos. Como exemplo aplicado à realidade ribeirinha das comunidades analisadas nessa pesquisa, seria a disponibilização de um barco com mais conforto e viagem direta até o desembarque nas comunidades.
- d) Os objetos sociais, culturais, econômicos, ecológicos e da superestrutura estão presentes tanto no ambiente endógeno quanto no exógeno às comunidades, portanto, estão em circulação no sistema.
- e) O elemento que promove e orienta todas as relações do sistema social do turismo comunitário é a reciprocidade.

Para melhor compreensão da proposta, é importante esclarecer que: o foco da análise está centrado na comunidade, pois é ela quem inicia o funcionamento do sistema ao decidir abrir seu território ao turismo; o objetivo da sistematização é demonstrar como a comunidade pode se fortalecer e estabelecer relação mais sustentável com o turismo por meio da autonomia na gestão local dessa atividade.

Figura 67 – Sistema do Turismo Comunitário



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

3.2.2 Turismo de base comunitária e/ou turismo comunitário?

O TBC é compreendido por muitos estudiosos como estratégia para alívio da pobreza de grupos sociais em situação de vulnerabilidade social, ambiental e econômica (RUIZ-BALLESTEROS, 2017; PURBASARI; MANAF, 2018; CORIOLANO, 2012; MORAES; IRVING, 2018). Para Coriolano (2003), isto ocorre

porque o turismo em comunidades é concebido de baixo para cima, em contraposição ao turismo convencional, gerido de cima para baixo.

De acordo com Coriolano (2006, p. 201), o turismo comunitário “faz contraposição ao turismo global”, e se configura como uma *forma de resistência* de minorias sociais mediante projetos turísticos e a megaempreendimentos hoteleiros socialmente excludentes. Ela também afirma que a base popular representa uma *forma de insurgência* contra uma rede de turismo estruturada para expropriar agentes sociais de seus próprios territórios e criar negócios adequados aos interesses de empresas turísticas globalizadas (CORIOLANO, 2006).

Nesse contexto, o foco do TBC é a base endógena (IRVING, 2009), na qual os principais agentes responsáveis pela gestão do turismo são as comunidades receptoras. Isso evoca a participação, envolvimento, protagonismo e, conseqüentemente, o empoderamento das populações locais como condições para o surgimento, fortalecimento e manutenção de iniciativas de TBC (CORIOLANO, 2003; OKASAKI, 2008; IRVING, 2009; FORTUNATO; SILVA, 2013; RUIZ-BALLESTEROS, 2017).

As populações locais e seus modos de vida constituem o principal atrativo de iniciativas de TBC. Maldonado (2009, p. 30) ressalta que a dimensão antropológica é um diferencial do turismo comunitário, pois essa prática estimula o contato entre humanos, e em sua perspectiva, encontros interculturais de qualidade, haja vista a possibilidade de aprender outros modos de vida. O encontro também é percebido por Irving (2009) como oportunidade de partilhar experiências e gerar aprendizagem mútua. A dimensão cultural é vista por Ruiz-Ballesteros (2017) como um diferencial qualitativo do turismo de base local, na medida em que pode ofertar uma experiência única ao visitante, pautada na ideia de autenticidade.

Outra característica do TBC é a gestão sustentável dos recursos naturais e culturais do território que, na concepção de Ruiz-Ballesteros (2017), devem possuir o mesmo grau de importância nos compromissos assumidos pela comunidade. Maldonado (2009, p. 30) concebe esses recursos como *patrimoniais comunitários*, que devem ser geridos de acordo com as “práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos”.

Sobre a geração de benefícios diretos à população local, Irving (2009) enfatiza que este tema é altamente relevante para o TBC, pois geralmente se

observa em projetos turísticos a exclusão social da comunidade receptora. A autora alerta ainda que as discussões sobre o tema devem ultrapassar a dimensão teórica que reduzem esses benefícios à geração de emprego e renda pelo turismo, e buscar a implementação de dispositivos que garantam a conversão dos recursos oriundos do turismo em projetos comunitários de bem-estar social e melhoria da qualidade de vida.

A população local precisa perceber, por meio de ações concretas que impactem seu cotidiano, que a renda gerada pelo turismo não beneficia somente as pessoas que são remuneradas por serviços prestados, mas também o coletivo, a vida em sociedade. Uma boa prática dessa natureza foi observada na comunidade Coroca, Santarém-PA.

O grupo local que faz a gestão do restaurante comunitário turístico relatou que trabalhou por anos, de forma cooperada, sem remuneração individual, com o objetivo de juntar recursos para a aquisição dos bens e insumos necessários ao bom funcionamento do restaurante. No início do projeto de recepção de visitantes, esse grupo ocupou uma estrutura de cozinha cedida pela associação de moradores, e cada comunitário envolvido no projeto emprestava ou doava seus bens particulares para a cozinha, como panelas, talheres e até alimentos. À medida que o dinheiro ia entrando, eles separavam uma parte para pagar as despesas, e outra parte ia para o caixa, que funciona como poupança do grupo.

Assim, após um ano de dedicação e esforço de todos, eles já tinham recursos suficientes para comprar louças, equipamentos e construir a cozinha comunitária. A prioridade desse grupo foi, primeiro, utilizar os recursos provenientes do turismo para estruturar o bem coletivo, e a partir dele, cada indivíduo obter benefícios financeiros.

Atualmente, o lucro do restaurante é repartido da seguinte forma: uma parte, paga diárias iguais aos colaboradores, e as despesas; outra parte é investida na melhoria do negócio. Ao final de cada temporada turística, o grupo avalia em reunião como vai repartir o dinheiro disponível. Interessante ressaltar que foi relatado o pagamento de cotas de mais de mil reais aos cooperados, uma espécie de *dividendos* do negócio turístico local.

Irving (2009) ressalta que para se avançar no debate sobre os benefícios gerados por projetos de TBC, é importante a criação de indicadores de avaliação, validados localmente. Na observação empírica relatada, pude perceber algumas

práticas que podem gerar indicadores e favorecem a transparência, tais como: escala de trabalho dos associados, que garante o acompanhamento da equidade nas tarefas; número de diárias pagas por serviços prestados; cotas de *dividendos* pagas aos associados; investimentos familiares por meio do turismo.

Constatei *in loco* que a renda adquirida pelo turismo foi aplicada em melhorias na moradia familiar, na aquisição de bens duráveis, como geladeiras e televisores, e não duráveis, como roupas, e alimentos. Certamente, a propriedade e o controle sobre a atividade turística, orientam a comunidade Coroca para o desenvolvimento social e econômico, outra característica fundamental do turismo de base local, segundo Ruiz-Ballesteros (2017).

Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016, p. 514) consideram que o TBC requer a participação local direta (ação coletiva) na gestão e benefícios do turismo, por isso, apontam o “nível de envolvimento local” como condição fundamental para classificar destinos de TBC. Nesse contexto, os autores ponderam a necessidade de debater o conceito de comunidade, e defendem sua relevância para a análise de iniciativas de TBC.

Partindo do pressuposto de que a comunidade não é uma entidade dada, mas um sistema humano em constante mutação, Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016) propõem uma perspectiva mais complexa para a conceitualização de comunidade, pautada em processos de construção por meio da ação coletiva. Desse modo, os autores compreendem a comunidade como resultado de processos *dinâmicos, inacabados*, construídos por meio de interações sociais que geram ações coletivas *ativadas* ou *desativadas*.

As motivações para ativar ou desativar ações coletivas são múltiplas entre indivíduos, e o turismo é uma delas. Por isso, a principal contribuição do estudo de Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016) foi relacionar o desenvolvimento do turismo como um dos processos de construção de comunidades. À medida que o turismo mobiliza os indivíduos de determinada sociedade a agir coletivamente para alcançar interesses e objetivos comuns, ele promove a coesão social, e assim colabora na construção da comunidade. Na perspectiva desse entendimento, os autores ressaltam que “em qualquer uma de suas muitas formas e configurações, o TBC deve ser um compromisso com o desenvolvimento da comunidade” (*ibid*, p. 515).

Irving (2009) também enfatiza que a comunidade deve estar ciente que o sentido de comunitário não se restringe à ideia de uma “comunidade de baixa renda”

ou “tradicional”, mas envolve a noção do que é “coletivo, comum”. Nesse contexto, ela entende que o TBC favorece, ao menos teoricamente, “a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e que por esta via, promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento” (IRVING, 2009, p. 111). Portanto, para a autora, este tipo de turismo é capaz de promover a vida em sociedade; criar processos de valorização da comunidade e, conseqüentemente, melhorar a vida de seus integrantes.

O TBC possui mais dois princípios importantes, especialmente no que se refere à melhoria de vida dos comunitários, pois envolve a gestão financeira de recursos. O primeiro é o entendimento, por parte da comunidade, de que o turismo é uma atividade econômica complementar às outras atividades de trabalho e renda praticadas na comunidade. O segundo é a gestão coletiva dos empreendimentos turísticos. Ambos serão explicados a seguir.

Uma pesquisa realizada por Sansolo e Bursztyn (2009) em 2008, com representantes de 25 (vinte e cinco) iniciativas de TBC desenvolvidas em estados brasileiros e países latino-americanos, os levou a concluir que o turismo não figura como única atividade econômica em nenhum dos casos pesquisados, e na maioria, não é a mais importante.

Nesse contexto, ressalta-se que, mesmo que a renda do turismo torne-se expressiva na economia local, a comunidade não deve abandonar suas outras atividades econômicas, por dois motivos: a) o turismo é uma atividade extremamente sazonal, e por isso sua demanda flutua de acordo com as condições ambientais, políticas, econômicas, sanitárias, entre outras. Como exemplo, cita-se a atual pandemia global por covid-19 que o mundo enfrenta. Responsável pela paralisação das viagens em todo o planeta, os destinos que dependem exclusivamente do turismo para movimentar sua economia, como é o caso de Las Vegas, estão totalmente prejudicados.

Esta cidade que possui 60.000 trabalhadores filiados à hotelaria, registrou o impressionante índice de 98% de desempregados, entre os meses de fevereiro e maio de 2020 (SANDOVAL, 2020); b) a manutenção de atividades tradicionais na comunidade, como agricultura, artesanato, pesca, extrativismo, além de gerar a movimentação de renda, proporcionam o abastecimento de alimentos e a preservação de conhecimentos característicos da cultura local.

Sobre a compreensão da sazonalidade do turismo e a gestão dessa renda como complementar às outras atividades econômicas desenvolvidas localmente, apresento a análise de Audair Godinho, uma das lideranças do turismo na comunidade Anã. Sua fala é esclarecedora sobre uma prática identificada nas duas comunidades pesquisadas, que é a gestão de várias atividades econômicas paralelas, a fim de que não falte o sustento da família, pois se “não der no mel, dá no peixe; se não der no turismo, dá na escola (emprego temporário)”, não necessariamente nessa ordem, mas na alternância entre elas.

Para finalizar os princípios que regem o TBC, analisarei a gestão coletiva ou compartilhada de empreendimentos turísticos e/ou iniciativas de turismo.

Como geralmente encontram-se em situação de vulnerabilidade socioeconômica, as comunidades possuem várias lutas sociais prévias ao turismo. Essas lutas versam sobre múltiplos direitos comunitários. O direito ao território; o direito à conservação dos recursos naturais; o direito à manutenção das estruturas culturais; o direito à melhora na qualidade de vida; o direito à educação; o direito a relações mais dialógicas com não comunitários; o direito à interação sociocultural com não comunitários. Nesse contexto, as comunidades entendem que é por meio da gestão coletiva de seus interesses, que seus direitos serão melhor representados e reivindicados.

Desse modo, surgem as associações e cooperativas direcionadas para vários fins, dentre os quais se enquadra o turismo. Assim, entendo nessa investigação que a atividade turística também constitui uma luta comunitária (SANSOLO; BURSZTYN, 2009), na medida em que se torna um meio (e não um fim em si mesma) para reivindicar conquistas sociais. Portanto, como causa comunitária, as iniciativas e empreendimentos turísticos em comunidades somente devem ser geridos de modo coletivo, e para fins coletivos.

Pelo exposto, faz-se necessário esclarecer o posicionamento da pesquisadora após as observações em campo.

Compreendo o turismo como um ato político das comunidades, e como tal ele advoga condições econômicas e sociais mais justas em nome do coletivo. Desse modo, defendo que empreendimentos e atividades de turismo localizados em comunidades que geram benefícios somente a algumas famílias ou grupos de lideranças que façam a gestão deles, ou ainda, que os benefícios não cheguem à

maioria da população local, mesmo que seja de forma indireta, não configuram iniciativa de TBC.

Reconheço que existem muitas iniciativas de turismo em territórios comunitários que geram benefícios a uma parcela minoritária da população local, e às vezes nem isso, e mesmo assim são divulgadas como “turismo de base comunitária”. Em minha perspectiva, esse posicionamento está inadequado, pois o termo pressupõe envolvimento comunitário - se não nas atitudes, deveria ter, ao menos, na participação dos benefícios gerados pela atividade turística - mesmo que de forma indireta, uma vez que o nome da comunidade é utilizado para gerar atratividade, tendo em vista o interesse de turistas pela diferenciação cultural presente em algumas comunidades.

Talvez o termo, *base comunitária* expresse esses contextos supracitados, quando considera que há uma *base* na comunidade que atua no turismo, no entanto, quando essa base não representa o envolvimento, participação e beneficiamento de parcela expressiva das famílias que compõem um grupo como comunidade, não parece propício usar o termo *turismo de base comunitária* para se referir a esse modo de gerir o turismo.

Acredito que o turismo possa funcionar como um ativo comunitário, com ampla participação dos membros da comunidade no processo de tomada de decisões. Okasaki (2008) enfatiza que o nível de participação comunitária em projetos de TBC é fundamental para avaliar o sucesso da iniciativa, e analisar sua viabilidade.

Assim, embora reconheça que parte da comunidade tenha o direito de escolher se abster da participação direta no turismo, ela jamais deverá estar isenta de receber os benefícios oriundos da atividade turística, pois se o nome da comunidade é utilizado para captar e envolver a demanda potencial de visitantes, é justo que ela receba ações de melhorias no bem-estar social.

Okasaki (2008) ressalta que, embora muitos estudos defendam a importância da participação comunitária em projetos de TBC, a maioria não apresenta ideias práticas para promovê-la, isto porque não conseguem identificar o nível existente de participação comunitária.

Com o objetivo de preencher essa lacuna teórica, Okasaki (2008) criou um modelo para avaliar o nível de participação real em uma iniciativa de TBC, a partir das principais teorias utilizadas para debater participação comunitária como *escada*

de participação cidadã, redistribuição de poder, processos de colaboração e criação de capital social. Para o autor, essas teorias formam a base para definir um modelo de turismo de base comunitária.

Okasaki (2008) definiu cinco proposições que sustentam o modelo com o objetivo de gerar o desenvolvimento turístico almejado pela comunidade e as partes interessadas, a saber:

(1) quando a participação da comunidade é promovida, a redistribuição de poder será facilitada; (2) se o processo de colaboração não avançar, nem participação da comunidade nem redistribuição de poder ocorrerá; (3) se nem a participação da comunidade nem a redistribuição de poder progredirem, a colaboração não será promovida; (4) as iniquidades no poder enfraquecerão a colaboração; e (5) o capital social é gradualmente estabelecido nos processos e contribui para melhorar a sustentabilidade do destino, criando sinergia tanto dentro da comunidade como entre a comunidade e outras partes interessadas. O capital social funciona como um lubrificante para acelerar a participação, redistribuição de poder e colaboração (tradução livre) (OKASAKI, 2008, p. 517, grifo nosso).

Pelo exposto, constata-se a relevância do capital social como elo integrador entre a participação comunitária, redistribuição do poder e colaboração no modelo proposto por Okasaki (2008), tanto no ambiente interno da comunidade, como nas relações que ela estabelece com os agentes sociais externos. Desse modo, será exposto mais adiante qual a contribuição do capital social para a governança de um projeto de turismo comunitário.

Para além dos princípios postulados pelos acadêmicos, é altamente relevante nesse debate, apresentar os princípios definidos por uma rede de turismo pioneira no país, fundada em 2007 (MORAES, 2019), composta por uma das categorias que está na base dessa proposta de turismo: as comunidades pesqueiras.

A Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM) é uma aliança de organizações comunitárias, organizações da sociedade civil, movimentos, redes e fóruns sociais que atuam na Zona Costeira do Ceará para combater o turismo de massa, e desenvolver um modelo de turismo autodenominado *comunitário* (MORAES, 2019). Moraes (2019, p. 174) pontua que a Rede TUCUM luta pelas seguintes causas: “defesa da pesca artesanal, da autonomia das mulheres, da justiça ambiental, assim como da proteção de ecossistemas marinho-costeiros e da afirmação da vida comunitária, entre outras questões”.

A Rede TUCUM⁴² definiu oito princípios para orientar o TC:

- 1 As atividades de turismo são desenvolvidas por grupos organizados e os projetos são coletivos, de base familiar;
- 2 O turismo se integra à dinâmica produtiva local, sem substituir as atividades econômicas;
- 3 O planejamento e a gestão das atividades são de responsabilidade da organização comunitária local;
- 4 O turismo comunitário baseia-se na ética e na solidariedade para estabelecer as relações comerciais e de intercâmbio entre a comunidade e os visitantes.
- 5 O turismo comunitário promove a geração e a distribuição equitativa da renda na comunidade.
- 6 O turismo comunitário fundamenta-se na diversidade de culturas e tradições, promovendo a valorização da produção, da cultura e das identidades locais.
- 7 O turismo comunitário promove o relacionamento direto e constante entre grupos que também desenvolvem a experiência de um turismo diferente, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre si.
- 8 O turismo comunitário fundamenta-se na construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza que busque a sustentabilidade socioambiental.

Além de englobar princípios já abordados neste texto por teóricos - como: protagonismo comunitário; geração de renda e equidade na sua distribuição; turismo como atividade econômica complementar; valorização de identidades culturais; intercâmbio cultural entre anfitriões e visitantes; uso racional dos recursos -, a proposta da Rede TUCUM enfatiza a gestão compartilhada e a autogestão quando se refere a projetos coletivos, de base familiar, de responsabilidade de organizações comunitárias locais.

Desse modo, é importante destacar que a gestão compartilhada e a autogestão constituem propostas de governança vinculadas a outros princípios também pautados nos interesses da coletividade, como o associativismo e cooperativismo. Nesse contexto, o capital social é o elemento chave para o sucesso da gestão coletiva, haja vista que ele evoca a confiança e as regras morais que sustentam as relações interpessoais dos grupos que agem coletivamente por interesses comuns (D'ARAÚJO, 2003), exercendo assim a função de "lubrificante", na perspectiva de Okasaki (2008), da governança turística em comunidades.

⁴² REDETUCUM.ORG.BR. Disponível em: <http://www.redetucum.org.br/>. Acesso em: 10 out. 2019.

Outra questão altamente relevante destacada pela Rede TUCUM é a sustentabilidade socioambiental que deve permear as iniciativas de turismo comunitário. Os grupos sociais constituídos por povos tradicionais já adotam práticas sociais em harmonia com as leis da natureza, por isso o turismo desenvolvido por eles é considerado mais *sustentável e responsável* que o convencional.

O turismo, por ser uma atividade econômica que representa, aproximadamente, 10% do PIB e do emprego do mundo (NASCIMENTO, 2018) é considerado um importante aliado para o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) concebidos na Cúpula das Nações Unidas em 2015, a serem alcançados até 2030. Dentre as 169 metas definidas para os ODS, a prioridade é eliminar a pobreza extrema, combater a desigualdade e a injustiça e solucionar as mudanças climáticas.

No sítio eletrônico da OMT, consta que a entidade está empenhada na promoção de um turismo responsável, sustentável, e acessível para todos que estejam focados no cumprimento da Agenda Global 2030.

A OMT também oferece apoio para a elaboração de políticas turísticas nacionais com foco na sustentabilidade ambiental, social e econômica, especialmente no atual cenário global de pandemia por covid-19. A proposta da OMT para a recuperação do setor turístico pós-pandemia é colocar a sustentabilidade como elemento normativo e central de todos os segmentos da cadeia produtiva do turismo (BRASILTURIS JORNAL, 2020).

No foco da sustentabilidade também está o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022. A Promoção da Sustentabilidade é uma das quatro diretrizes do PNT e o Incentivo ao Turismo Responsável é uma das cinco linhas de atuação. Desse modo, o MTur propõe que o termo “turismo responsável” seja adotado para este PNT como referência a um amplo espectro temático, que inclui desde o tradicional respeito ao meio ambiente e valorização das culturas locais, à garantia dos direitos de crianças e adolescentes no turismo. Como diferencial, surge a proposta de maior envolvimento das comunidades locais na definição de políticas públicas, e no acesso ao mercado turístico.

Orientado pelas premissas da ética e responsabilidade socioambiental, e alinhado à Agenda Global, o MTur busca implantar uma política nacional que considera a natureza, a cultura e as pessoas como ativos que podem assegurar o desenvolvimento sustentável do turismo. Nesse contexto, e com o objetivo de

considerar os interesses dos agentes locais e seus processos produtivos na política de turismo, esse Ministério definiu o Turismo de Base Local (TBL) e a Produção Associada ao Turismo (PAT)⁴³ como iniciativas que sustentam a linha de atuação Incentivo ao Turismo Responsável.

No PNT 2018-2022, o MTur destaca o TBL como “uma alternativa de organização para algumas localidades e regiões, onde os produtos e serviços ofertados têm como protagonistas a própria comunidade receptora” (BRASIL, 2018, p. 123). Ao mesmo tempo em que reconhece que o TBL promove melhorias na qualidade de vida das comunidades locais, aponta que essas iniciativas, que são muito diversas entre si, possuem fragilidades que demandam ações específicas de acesso ao conhecimento, como boas práticas de gestão e relacionamento com o mercado.

Esses apontamentos do MTur não são inovadores, haja vista que já foram contemplados em análises de estudiosos do assunto, no entanto, de forma dissociada quando se referem aos fatores de sucesso para turismo comunitário.

Bursztyn e Bartholo (2012) destacam que o sucesso de iniciativas de TBC está pautado no processo de comercialização e acesso ao mercado. Segundo os autores, a ausência de preparo das comunidades para atuar no mercado de viagens, após o término das parcerias com agentes externos de fomento, é a principal causa de falências dos projetos turísticos comunitários. Nesse sentido, enfatizam que a comercialização e acesso ao mercado são questões centrais, quando se trata de sustentabilidade econômica e a busca pela autonomia das comunidades que trabalham com iniciativas de TBC.

Entretanto, outros autores apostam que experiências exitosas de TBC dependem de um modelo de gestão participativa, no qual o projeto de turismo seja idealizado, implantado e gerido pela comunidade. Nessa perspectiva, a ênfase está na gestão coletiva, compartilhada, colaborativa, cooperada das atividades e negócios turísticos. Portanto, os estudos apontam para a governança do turismo no microcosmo comunitário. Os autores utilizam lupas distintas para avaliar as características da organização comunitária que determinam o *sucesso* da governança local do TC, dentre as quais se ressalta: participação (OKASAKI, 2008);

⁴³ “Qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor ao produto turístico” (BRASIL, 2018, p. 123).

capital social (MENDONÇA, 2009; SILVA *et al.*, 2018); redes sociais (BURGOS; MERTENS, 2016).

Partindo do pressuposto de que nesse estudo se compreende o turismo comunitário como um sistema social pelo paradigma da complexidade (MORIN, 2007), no qual as partes estabelecem relações recíprocas de dependência, que são, simultaneamente, complementares e antagônicas para garantir o dinamismo do sistema e sua auto-organização, defende-se que o êxito de iniciativas de TC deve ser reflexo de um desenvolvimento comunitário para a autonomia, que prepare a comunidade para fazer de modo integrado, a gestão do turismo no ambiente endógeno e, no mercado de viagens. Certamente esse é um desafio complexo, que exige processos de organização social distintos, mas não excludentes.

É importante destacar que a percepção do turismo comunitário como um sistema organizado pelo *princípiodialógico*⁴⁴ (MORIN, 2007) emergiu ao longo da realização das três etapas da pesquisa de campo. O objeto empírico constituído por duas comunidades tradicionais, completamente distintas nos seguintes aspectos: organização social, práticas de gestão do turismo em seus territórios, e relacionamentos com o mercado de viagens, possibilitou as seguintes constatações:

a) A organização social da comunidade é independente da atividade turística, mas as estruturas sociais mais expressivas determinam a gestão local do turismo no território comunitário;

b) No ambiente endógeno existem relações de poder, conflitos, interesses e percepções dos agentes sociais divergentes sobre a importância do turismo para a comunidade;

c) A sobrevivência da atividade turística como renda complementar depende da visitação contínua de turistas, no entanto, as comunidades não possuem nenhum espaço de debates e/ou tomada de decisões sobre estratégias para captar esse público no mercado de viagens, nem questionários locais para identificar o perfil da demanda espontânea que chega à comunidade. Ou seja, a comunidade não sabe quem é o turista para o qual presta serviços, nem sabe como chegar até ele;

d) A demanda de turistas para essas comunidades é estimulada por agentes externos, de acordo com seus interesses. No caso de Coroca, a visita a

⁴⁴ O princípio dialógico é uma proposta epistemológica para compreender a realidade de forma complexa, na qual coexistem a unidade e a diversidade, as partes e o todo, de forma complementar, dependente, e por vezes contraditórias.

essa comunidade faz parte de um roteiro de visitação às comunidades do Arapiuns, organizado pelos condutores de passeios (conhecidos como *lancheiros*⁴⁵) localizados na vila de Alter do Chão. Os *lancheiros* têm interesse no serviço de alimentação oferecido pelos comunitários. Coroca não se *vende* diretamente no mercado de viagens, nem possui parceiros comerciais que a ofertem como produto de turismo comunitário nesse mercado. Ou seja, os turistas que visitam a comunidade Coroca compõem uma demanda espontânea que está circulando em Alter e, casualmente, têm a oportunidade de conhecer a comunidade. No caso de Anã, a comunidade existe como destino de TBC no mercado de viagens pelo interesse da ONG PSA, que orienta a promoção e comercialização do *produto Anã* nos mercados emissores de turistas para Santarém/Alter do Chão, especialmente o paulista. Apesar de a ONG ter assessorado a criação da TURIARTE para atuar na comercialização dos roteiros turísticos que envolvem Anã, ela ainda está na tutela de todo o processo comercial.

e) As comunidades não possuem um plano de gestão para o desenvolvimento do turismo. No entanto, se observou que Coroca possui alguns instrumentos de controle não identificados em Anã, como entrada e saída de recursos financeiros por atividade turística desenvolvida no território; controle da escala de trabalho dos colaboradores; controle de visitantes. Todavia, se percebeu em campo que a gestão do turismo exige: 1) implantação de normas e regras; 2) controle e transparência nas contas; 3) investimentos; 4) comunicação e conectividade entre os agentes internos e externos; 5) qualificação da interação com a demanda; 6) ordenamento ambiental; 7) monitoramento de impactos socioeconômicos e ambientais. Todos esses instrumentos serão detalhados na última seção do capítulo 4 nomeada *Plano de Gestão Endógena do TC*.

f) Em função do projeto de turismo ter sido idealizado, implantado e estar sendo gerido pela própria comunidade, sem a tutela de agentes públicos, privados e/ou do terceiro setor; de a comunidade ter criado instrumentos básicos de controle do turismo em seu território; de a comunidade ainda não existir como produto no mercado de viagens, e ainda assim, ter registrado quase 2.000 visitas no ano de 2018 (pesquisa de campo, 2019), considero Coroca como a comunidade que

⁴⁵ Lancheiros são os condutores de lanchas que realizam passeios turísticos pelos arredores naturais de Alter do Chão.

desenvolve a gestão mais autônoma do turismo em comparação com a comunidade Anã.

A comparação com Anã justifica-se pelo fato de essa comunidade já possuir dez anos de desenvolvimento do projeto de turismo em parceria com a ONG PSA, e por isso ter se tornado referência em turismo na região do Arapiuns. No entanto, durante a pesquisa de campo observei que o grupo que faz a gestão local do turismo não possui instrumentos que permitam o controle transparente das contas e da equidade no trabalho dos colaboradores, e por isso não sabe especificar o volume de recursos destinados ao bem-estar social da comunidade, ao longo do tempo que trabalha com turismo. Além disso, Anã também não possui controle local sobre o número de visitantes recebidos por período, como foi observado em Coroca.

Todos os dados relacionados acima provocaram-me os seguintes questionamentos: quais as características da organização social fortalecem um grupo para implantar boas práticas de gestão e desenvolver o turismo no território com autonomia? Como a comunidade pode estender a autonomia implantada na base endógena para o relacionamento com o mercado de viagens? Acredito que a resposta para essas questões está no *capital social* de uma comunidade. Partindo da análise teórica de capital social na perspectiva de Putnam (2006), defini *reciprocidade* como a categoria analítica que fará diálogo com a categoria que emergiu do campo, *autonomia*.

Com a associação dessas duas categorias pretendo explicar como a comunidade pode implantar a autogestão do turismo em seu território, e geri-lo de modo que ela contribua com o desenvolvimento socioeconômico do lugar. Essa proposta analítica culminará na proposição de um conceito de turismo comunitário que reflita o saber construído pela pesquisadora a partir de suas incursões na pesquisa etnográfica, aliada à sua experiência e formação acadêmica no turismo.

3.3 Capital social, reciprocidade, autonomia e autogestão: categorias do campo para compor uma proposta conceitual do turismo comunitário

3.3.1 Capital social e reciprocidade

Mendonça (2009) apresenta a iniciativa de turismo da Prainha do Canto Verde (Beberibe/Ceará) como um caso de sucesso premiado internacionalmente,

em função de ter desenvolvido um modelo inovador de gestão local do turismo, construído com a participação efetiva dos moradores, desde a concepção da proposta, implantação de instâncias locais de governança e grupos de trabalho, até a gestão de fundos destinados para projetos comunitários e melhorias para o turismo.

A autora destaca que o êxito desse projeto se deve aos elementos característicos do *capital social*, os quais ela apresenta como sendo “valores partilhados, espírito público, cooperação, solidariedade, confiança, saber acumulado, expectativa de comportamento recíproco” (MENDONÇA, 2009, p. 289). Para Mendonça (2009), essa comunidade possui capital social fortalecido e acumulado por processos de participação, luta e resistência, o que favorece a coesão social para a tomada de decisões sobre a escolha de um modelo de turismo que corresponda diretamente aos desejos de seus moradores.

A relevância da noção de capital social é percebida a partir de duas fontes, de acordo com Portes (2000): o conceito enfatiza os efeitos positivos da sociabilidade; esses efeitos colocam em evidência que existem formas não monetárias com potencial para viabilizar o poder e a influência na vida em sociedade.

Portes (2000) atribui à Bourdieu a primeira análise contemporânea do capital social, que o definiu como “o conjunto de recursos atuais ou potenciais que são colocados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas pelo convívio e pelo reconhecimento” (BOURDIEU, 1980, p. 2, tradução nossa).

Para Portes (2000), o conceito de Bourdieu tem caráter instrumental pois está focado em ressaltar os benefícios adquiridos pelos indivíduos ao participar de grupos, e a construção de sociabilidades com a finalidade de gerar capital social. O autor destaca dois elementos no conceito de Bourdieu: a relação social como instrumento para acessar recursos pertencentes aos grupos, e a quantidade e qualidade desses recursos.

Na perspectiva de James Coleman (1988), o capital social é relevante para a obtenção de capital humano. Para explicar como ele é gerado, Coleman desenvolveu a *noção de fechamento*, segundo a qual, existe entre as pessoas laços capazes de garantir o cumprimento de normas (PORTES, 2000). Assim, as normas sociais que regulam as condutas individuais e facilitam as ações dos agentes na estrutura, constituem um dos mecanismos de geração de capital humano. Portanto,

à medida que promovem laços mais densos entre os indivíduos e orientam a vida social, as normas também assumem a definição de capital social. É por isso que Coleman (1988) definiu capital social por sua função, pois assim como outros tipos de capital, favorece a aquisição de determinados bens que não seriam possíveis sem a sua presença (D'ARAÚJO, 2003).

Portes (2000) destaca que a noção de capital social nos estudos sociológicos está baseada nas relações estabelecidas entre agentes sociais ou na relação individual de um ator com um grupo. Para o autor, esses estudos ressaltam os benefícios que os agentes podem alcançar quando inseridos em redes ou estruturas sociais de maior alcance.

O conceito de capital social na perspectiva de propriedade coletiva surgiu por estudos de cientistas políticos quando o interpretaram como *equivalente ao nível de civismo* em comunidades, tanto no âmbito local, como lugarejos e vilas, até nacional, como um país (PORTES, 2000). Essa foi a proposta de Robert Putnam após concluir sua pesquisa sobre a Itália.

Para D'Araújo (2003), foi a partir da publicação da obra de Robert Putnam, em 1993, que o conceito de capital social ganhou maior visibilidade. O livro *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna) teve por objetivo apresentar o resultado de vinte anos de pesquisa multidisciplinar sobre os impactos da descentralização administrativa na redução das desigualdades entre o norte e o sul da Itália.

Ao analisar um conjunto de variáveis com potencial para justificar as diferenças encontradas entre as regiões, Putnam (2006) conclui que a explicação está na cultura cívica. Desse modo, D'Araújo (2003) esclarece que, para Putnam, o contexto cívico é o responsável pelo bom desempenho das instituições, ou seja, a base da transformação social não são as instituições, como se acreditava na corrente teórica denominada institucionalismo. Mas o contrário, a sociedade com uma cultura cívica mais forte, é capaz de gerar boas instituições. Por outro lado, Putnam (2006) também alerta que a ausência de cultura cívica entrava instituições.

Pelo exposto, e após decorridas duas décadas de análise, Putnam defende que a cultura cívica mais intensa no Norte da Itália, acumulada historicamente, e baseada numa sociedade que valoriza o bem público, a cooperação e a confiança interpessoal, lhe garantiu melhor aproveitamento da descentralização. Já o Sul, em função de possuir uma cultura mais individualista e hierárquica, não conseguiu se

desenvolver ao nível do Norte, o que acentuou as desigualdades entre as duas regiões (D'ARAÚJO, 2003).

Putnam (2006) define capital social pelas características da organização social, que incluem confiança, normas e regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica. Para o autor, a principal característica desse capital é o fato de ele constituir um bem público, diferentemente do capital convencional que pode ser de propriedade privada. Ele ressalta ainda o caráter cumulativo do capital social, à medida que aumenta a confiança interpessoal. Ou seja, quanto mais se confia, mais se gera confiança.

O capital social também tende a se multiplicar em outras formas com o uso, e a reduzir com o desuso, como aponta Putnam (2006, p. 180), “a confiança promove a cooperação. Quanto mais elevado o nível de confiança numa comunidade, maior a probabilidade de haver cooperação”. Desse modo, para o autor, a chave da cooperação espontânea de uma sociedade está no seu capital social, que além de minimizar os “custos de transação” (“custos de fiscalizar e fazer cumprir acordos”, *ibid.*, p. 176), orienta as pessoas a cooperar para a produção de bens coletivos.

As regras de reciprocidade são, segundo Putnam (2006), normas morais que fortalecem a confiança e facilitam a cooperação na convivência social. São inseridas e sustentadas através de condicionamentos e socialização, ou por meio de sanções, para quem as transgridam. Putnam (2006) destaca que existe a *reciprocidade generalizada* que se refere à uma relação de troca contínua, que em dado momento pode registrar desequilíbrio, mas que pressupõe a retribuição de um favor entre as partes envolvidas. Para o autor, essa regra favorece um amplo sistema de intercâmbio social, que no meu entendimento pode ser operado por meio das redes sociais, como foi observado nas comunidades Anã e Coroca.

Os sistemas de participação cívica dizem respeito às instâncias de interação horizontal de um indivíduo que possibilitam que ele aprenda a cooperar mutuamente. Assim, englobam associações comunitárias, clubes desportivos, partidos políticos, sindicatos, cooperativas, entre outros. Putnam (2006, p. 183) ressalta que esses sistemas representam uma forma essencial de capital social, porque promovem regras de reciprocidade, aumentam os custos potenciais para o transgressor, potencializam informações sobre a confiabilidade de indivíduos, estabelecem padrões para colaborações futuras. O autor conclui que experiências

comunitárias de colaboração cívica constituem um legado histórico para auxiliar problemas sociais atuais que exigem solução coletiva.

Nesse contexto, a conclusão de Silva (2018) em sua tese doutoral revela que o baixo grau de capital social (baixos níveis de confiança, cooperação e participação) entre os agentes sociais que compõem o sistema turístico da vila de Alter do Chão (Santarém/ Pará) – localidade turística de onde partem muitos visitantes para as comunidades analisadas nessa investigação – comprometem a sustentabilidade do turismo na vila. Embora o foco de estudo da autora não seja, especificamente, projetos de turismo comunitário, sua perspectiva analítica está voltada para o turismo como instrumento de desenvolvimento local, e o capital social como uma dimensão da sustentabilidade que importa avaliar no destino.

Ferraz *et al.* (2016) afirmam que o capital social é fundamental para o sucesso de projetos de TBC, por isso desenvolveram um estudo que consideram inédito sobre a adaptação de indicadores de capital social capazes de medir fatores de sucesso e de fracasso de projetos de turismo implantados em comunidades. A partir da revisão bibliográfica de capital social, os autores definiram três grandes categorias: *confiança, redes, infraestrutura e qualidade de vida* para adaptar indicadores que sejam relevantes para experiências turísticas.

Os indicadores propostos foram avaliados por representantes da academia, do poder público e do mercado, através de questionários. Após os ajustes necessários, os autores propuseram um novo conjunto composto por 17 indicadores. Embora eu não reconheça a relevância de alguns indicadores, especialmente os que se encontram na categoria *infraestrutura e qualidade de vida*, este estudo apresenta conclusões importantes, destacadas abaixo:

- A categoria *confiança* foi a que recebeu notas mais altas na avaliação dos especialistas. Para os autores “a confiança é a base para a formação do capital social” (s/p).
- Na categoria *confiança*, os indicadores *Nível de confiança interpessoal dos membros* e *Nível de confiança nos líderes locais* foram os que receberam a maior avaliação dos especialistas, que também consideraram a confiança nas organizações e associações, e nas empresas parceiras, respectivamente, menos relevantes.
- A conclusão de maior relevância nessa pesquisa para mim foi a constatação de que o indicador *Apoio governamental*, na categoria *confiança*, foi

avaliado pelos especialistas como “não essencial ou parcialmente capaz de medir capital social” (s/p), sob o argumento de que o Estado, geralmente, somente se manifesta em projetos já implantados ou em fase de implantação por iniciativa dos comunitários ou agentes externos da sociedade civil organizada, como as ONG’s. Ou seja, embora o Estado seja um parceiro importante para projetos de desenvolvimento local, as propostas de turismo se desenvolvem sem a sua participação. Desse modo, os autores do estudo optaram pela remoção desse indicador no conjunto final de indicadores.

A ausência do Estado foi constatada em todo o processo de concepção, implantação, desenvolvimento e gestão do turismo, tanto na comunidade Anã, quanto na comunidade Coroca, objetos empíricos dessa tese.

Anã contou com a assessoria técnica e financeira de uma ONG para implantar e gerir o projeto, desde sua concepção há cerca de 10 anos, até os dias atuais. Coroca idealizou seu projeto de turismo há cerca de 5 anos, e faz a gestão de modo independente de qualquer agente externo de fomento. Certamente, elas se encontram em estágios diferentes de desenvolvimento turístico, mas é preciso destacar que durante minha última incursão no campo, em julho de 2019, constatei que Coroca demonstra maior coesão social e controle sobre a gestão local do turismo do que Anã. Essa conclusão se deu após a observação de alguns aspectos, somente em Coroca:

- a) Organização comunitária para envolver membros de todas as famílias locais no projeto turístico;
- b) Organização comunitária para criar grupos de trabalho para oferta dos serviços *refeição* e *passeios*, que funcionam com rodízio dos colaboradores nas jornadas de trabalho, e controle de fluxo de caixa por tesoureiro;
- c) Organização comunitária para criar instrumentos de controle das atividades turísticas locais, a saber: livro de registro de visitantes (com local de origem e data); planilha com número de passeios vendidos (com especificação da distribuição dos recursos entre guias e associação local); planilha com número de refeições vendidas (com especificação da distribuição dos recursos entre colaboradores, material de consumo e caixa do grupo de turismo).

Toda essa dinâmica é operada, exclusivamente, pelos membros da comunidade, com base na confiança estabelecida entre eles, e nos líderes que assumiram as funções de *coordenador*, *tesoureiro*, *secretário*. Além do mais, essas

ações representam a união do grupo em defesa do território, que começou a ser ameaçado por um empreendimento de turismo de propriedade de três paulistas que conseguiram adquirir um terreno no território comunitário. Esse contexto demonstra claramente que o diferencial da organização comunitária de Coroca é o seu capital social, que favorece a “capacidade de cooperar e de confiar para a produção do bem público” (D’ARAÚJO, 2003, p. 11).

É importante ressaltar que, ainda que o estudo de Ferraz *et al.* (2016) não tenha sido aplicado a uma validação de campo de projeto de TBC, e que os autores reconheçam a dificuldade de mensurar as relações humanas que caracterizam capital social, alguns indicadores propostos pelos autores foram identificados por mim nas incursões no campo, a saber: *Índice de adesão dos membros em associações; Índice de participação voluntária nas ações; Sentimento de ‘pertencimento’ dos membros para com a comunidade; Nível de preocupação dos membros com a perenidade/continuidade do projeto; Percentual de membros da comunidade, em idade laboral, que trabalham no projeto; Percentual de famílias com membros que trabalham no projeto.*

Esses indicadores foram mais expressivos na comunidade Coroca, onde observei maior participação e vontade de cooperar nas ações de turismo, pela maioria dos membros da comunidade. Já em Anã, é a minoria da comunidade que está envolvida, de modo direto e indireto, nas atividades turísticas locais.

Mesmo considerando que a comparação exige algumas ressalvas, como o fato de Anã ter quase dez vezes mais famílias que Coroca, e já ter atravessado várias fases no processo de amadurecimento como destino de TBC na região, ainda assim é válido afirmar - a partir das observações em campo e do referencial teórico de capital social - que Coroca dispõe de maior nível de capital social que Anã, e isso impacta diretamente na autonomia comunitária da gestão local do turismo e, consequentemente, no sucesso da iniciativa de turismo na comunidade.

Em 2004, em entrevista concedida à revista *L’Observateur* da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Putnam (2004)⁴⁶ apresentou capital social de modo bem objetivo: “redes sociais e padrões de reciprocidade relacionados”, e destacou o valor das redes sociais para beneficiar indivíduos que a ela pertencem e, também gerar efeitos nos “externos” à rede, que o próprio autor define como “externalidades” da rede. Putnam também ressaltou que

⁴⁶In: *LOBSERVATEUR.FR*. Disponível em: <https://www.lobserveur.fr>. Acesso em: 20 out. 2020.

as redes sociais possibilitam o fluxo de informações, e que as constantes interações das redes podem colaborar com os dilemas da ação coletiva.

Portanto, a perspectiva de capital social para Putnam (2006) articula confiança, cultura cívica, reciprocidade e seus padrões de ocorrência; redes sociais e seus benefícios e externalidades; e intercâmbio social. Em primeiro lugar, ressaltou que identifiquei em Anã e Coroca a existência de uma ampla rede social estruturada pelo turismo que é desenvolvido nessas comunidades, que articula agentes internos e externos em diferentes ambientes de trocas de dádivas ambivalentes, gerando assim, um sistema de intercâmbio social.

Em segundo lugar, constatei que a densidade da rede social de turismo está pautada no grau de confiança e cooperação entre os membros, e a partir dessa conexão, defendo que o grau de capital social acumulado em uma comunidade é um elemento-chave para alcançar o grau de autonomia da governança local de agentes externos. No entanto, destaco abaixo algumas divergências entre as redes sociais de Coroca e Anã.

O primeiro aspecto a esclarecer é o fato de a rede social criada pelo turismo em Coroca ter sido interpretada por mim como uma rede comunitária, em função de envolver a participação da maioria das famílias locais, sendo assim, será chamada por *Rede Social do Turismo Comunitário* (RSTC) de Coroca. Já a rede social gerada pelo turismo em Anã, por envolver apenas, aproximadamente, $\frac{1}{4}$ das famílias da comunidade, interpretei como uma experiência de turismo local, mas não comunitária, portanto, será chamada por *Rede Social do Turismo* (RST) de Anã.

Nesse contexto, destaco que a RSTC de Coroca está bem estruturada no ambiente endógeno. Essa rede engloba pelo menos um representante de cada família da comunidade, e nas lideranças que atuam na gestão do restaurante comunitário e dos passeios locais. Esses dois serviços ofertados pela comunidade são geridos por dois grupos independentes, formados por coordenador, secretário e tesoureiro, com mandato anual. Sobre essa dinâmica de gestão de serviços, dois aspectos merecem destaque:

a) Os colaboradores de cada serviço trabalham por escala de rodízio, conduzida pelo coordenador, que possui uma tabela de controle para acompanhamento. Esse trabalho cooperado é regido pelo princípio da confiança na administração do coordenador;

b) Como instrumento de controle do serviço, a tabela facilita a prestação de contas com os colaboradores, aumentando a confiança entre eles, e ainda possibilita o registro de dados sobre o volume de serviços prestados em cada mandato de gestão. Essa informação é muito importante para a própria comunidade avaliar a eficácia dos mecanismos adotados para a governança local do turismo.

Outro aspecto a se considerar em Coroca é que os colaboradores do grupo da cozinha trabalham pelo princípio do cooperativismo, ou seja, possuem um acordo para dividir, de forma igualitária, os lucros do negócio ao final de cada temporada do turismo. Assim, a gestão financeira é outra tarefa que o coordenador exerce pela colaboração voluntária, haja vista que ele não é remunerado para isso, e que também lhe é atribuída pela confiança dos colaboradores. Nessa dinâmica de organização, esse grupo se constitui em um ambiente de participação cívica, na perspectiva de Putnam (2006), o que reforça a existência de capital social de Coroca direcionado para a gestão local do turismo.

Por outro lado, essa rede social não tem nenhum controle de suas *externalidades*, aqui compreendida como sua relação com o mercado turístico, haja vista que, além de não ter nenhum acesso direto ao mercado consumidor, o contato com os mediadores (condutores de lancha e passeios de Alter do Chão) não é controlado e/ou estimulado por eles, mas sim, pelos próprios mediadores que demandam os serviços da comunidade de acordo com a sua conveniência.

Em relação à RST de Anã, observei que além de ela não envolver a maior parte da comunidade, existem muitos conflitos entre as próprias lideranças sobre questões diversas, tais como: gestão do empreendimento turístico comunitário (pousada e restaurante); taxas de visitação cobradas dos visitantes; aplicação dos recursos em benefício da comunidade; volume total de visitação por temporada, entre outras coisas, como pode ser observado no depoimento de J. M. G, uma liderança que participa na gestão do grupo de mel da comunidade:

[...] porque diziam que é da comunidade, se é da comunidade, penso eu, principalmente o negócio da pousada, se é da comunidade, por que que ela não tem um capital para comprar as coisas do povo no dinheiro? ou seja, um fundo né, por que que ela não tem? Por que também que se é da comunidade, por que que ela cobra os 15 reais por pessoa para entrar na comunidade, então, o negócio tem uma certa discordância, porque no meu ponto de vista não era para ser assim, penso eu que se ela (pousada) é da

comunidade, ela vai render dinheiro para comunidade, então o turista ele deixaria de pagar pelo menos o da comunidade ta[...]”⁴⁷.

O discurso acima denota um ambiente de *discordância*, como ele mesmo refere, sobre a gestão do empreendimento turístico comunitário, especialmente em relação à gestão financeira. Isso acontece porque a RST de Anã é atravessada por relações assimétricas de poder estabelecidas tanto no *microcosmo* como no *macrocosmo*.

No *microcosmo*, o GLGT é responsável por administrar e contratar na comunidade, todos os serviços ofertados e vendidos pela TURIARTE (*macrocosmo*) no mercado turístico. No entanto, ele não possui planilhas com dados sobre: fornecedores de insumos; rodízio de colaboradores; despesas de consumo por grupo de turistas atendido; despesas de manutenção do empreendimento turístico comunitário, entre outros. Pelo exposto, a gestão é feita com base na boa vontade de algumas lideranças, mas sem instrumentos de controle e transparência na administração do capital oriundo do turismo, o que gera desconfiança por parte da população local sobre o negócio turístico.

Além do projeto de turismo, a comunidade Anã também possui outros dois projetos com proposta de gestão comunitária: criação de peixe em cativeiro e criação de abelhas nativas para extração de mel. A visita a esses projetos é parte do roteiro turístico do *produto Anã*. Assim como em Coroca, esses projetos são geridos por dois grupos independentes, formados por coordenador, secretário e tesoureiro, no entanto, o mandato é bienal.

Entretanto, diferentemente do que foi observado em Coroca, a gestão de cada projeto não possui instrumentos de controle na prestação de serviços ao turismo, como planilhas com dados sobre quantidade de produtos vendidos e visitas realizadas; muito menos outros mecanismos de controle que sirvam à melhoria do trabalho cooperado, como produção acumulada de cada produtor por período (ex: quantidade de mel produzido de janeiro a junho) e escala de rodízio na condução de visitas.

Pelo exposto, é relevante registrar que embora a comunidade Anã tenha se tornado referência na região do Arapiuns por manter em seu território projetos relevantes para o ambiente comunitário, a comunidade como grupo social

⁴⁷ G., J. M. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

demonstrou grande dificuldade (especialmente observada na incursão no campo realizada em julho de 2019) em fazer a gestão de forma associada e cooperada desses projetos, o que evidencia a baixa participação cívica dos comunitários nas ações coletivas.

Em relação ao projeto de turismo, entendo que essa situação pode ser justificada por dois motivos: a) concentração de poder local no mesmo grupo de pessoas desde o surgimento da atividade na comunidade, há cerca de dez anos; b) ausência de transparência na gestão do empreendimento turístico comunitário, gerando dúvidas e inquietações sobre a função do turismo para a comunidade. Sendo assim, as pessoas não se envolvem porque não percebem como podem obter benefícios, em primeiro plano econômicos e, em segundo, simbólicos.

Onde não há confiança, não pode haver cooperação, e assim, não se constrói capital social (MILANI, 2004). Por sua vez, sem capital social, uma comunidade não tem base sustentadora para desenvolver ações coletivas, no caso, associativas e cooperativas para o turismo, como se identificou em Coroca.

Importante destacar ainda que a TURIARTE é uma cooperativa de turismo e artesanato, mas os comunitários de Anã não se sentem pertencentes a essa entidade, e por isso, ainda não estabeleceram uma relação de confiança com ela, tanto é que não há fluxo de informações entre ambas. Não existe na comunidade registros sobre o volume de roteiros vendidos por período (trimestre, semestre, ano) desde que a entidade começou a comercializar Anã como *produto turístico*, a partir de 2015. Da mesma forma, a TURIARTE não apresentou (no momento da visita de campo em 2019) dados que revelassem sua contribuição para o desenvolvimento do turismo na comunidade.

Ao reconhecer a dificuldade de cooperação na comunidade Anã, Maria Odila Godinho destaca que a comunidade precisa “[...] é ver o turismo como uma atividade coletiva no integral [...]”⁴⁸. A liderança comunitária também aponta que os comunitários não conseguem perceber as atividades de criação de peixe e abelha como *negócios*, conforme sua explicação a seguir. Isso demonstra que, se os comunitários ainda demonstram limitações para compreender as atividades realizadas tradicionalmente por eles como negócios, que podem gerar novas

⁴⁸ Maria Odila Godinho. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

oportunidades de trabalho e renda, em relação ao turismo eles terão o mesmo comportamento.

No entanto, como atividade econômica o turismo exige um modelo de gestão, e compreender isso é de suma importância para que as comunidades possam implantar a gestão coletiva em território comunitário. Sobre essa questão, a liderança supracitada apresenta mais uma explicação:

[...] porque tem pessoas que estão dentro do grupo da abelha, mas eles não veem o mel como negócio, entendeu? Eles não veem o mel como negócio, eles não veem aquilo como um empreendimento, eles estão lá porque tão criando abelha, então vai tirar o mel, mas ainda não conseguiram despertar, e os criadores de peixe também, nós somos dez agora, mas quando eu entro numa reunião que eu converso, eu não consigo identificar aquela vontade de produzir pra eu vender, pra melhorar um pouquinho mais a minha renda, eles não viram ainda isso como um negócio, e eu entendo que se vir um curso, uma coisa assim, um seminário de dois, três dias pra fazer eles despertarem [...]⁴⁹.

No que se refere às *externalidades* (PUTNAM, 2006) da RST de Anã, ela se encontra mais bem estruturada que a de Coroca porque acessa diretamente o mercado por meio da TURIARTE. A presença de uma cooperativa composta por mais de setenta membros de sete comunidades que integram um circuito de artesanato e turismo presente no rio Arapiuns, seria um excelente exemplo de participação cívica se existisse a transparência nos dados de recursos administrados e eles fossem de conhecimento e livre acesso aos cooperados. Mas, essa não é a realidade dessa cooperativa, até porque ela é assessorada pela ONG PSA, que ainda estabelece relação de poder nas atividades administrativas, dificultando a autonomia dos colaboradores na gestão do turismo como negócio.

3.3.2 Reciprocidade e autonomia

Marcel Mauss (2017) é mais conhecido por ter ordenado a teoria da dádiva como um paradigma para se compreender os fenômenos humanos em sua totalidade, do que por desenvolver uma teorização sobre a reciprocidade. A noção de reciprocidade é uma ideia subjacente à obrigação de devolver a dádiva recebida. Assim, para Mauss (2017) o ciclo da dádiva que envolve três obrigações – dar, receber, retribuir – é dinamizado pelo “motor” da reciprocidade.

⁴⁹ *Ibidem*

Após analisar a vida em sociedade, Mauss (2017) concluiu que a dinâmica estabelecida pelo ato de dar-receber-retribuir viabiliza toda forma de sociabilidade e comunicação entre humanos. O autor desenvolveu a noção de dádiva e aliança para explicar como a vida social se organiza e é articulada pelos agentes sociais que a vivenciam, portanto, Mauss (2017) compreende a dádiva como um *fato social total* que motiva a vida em sociedade (LANNA, 2000).

Por essa perspectiva, a Teoria da Dádiva foi aplicada aos dados empíricos para interpretar iniciativas de turismo em comunidades como um campo social de relações múltiplas – econômicas, jurídicas, simbólicas etc. -, que conecta, mediante fatos sociais totais, agentes sociais no lugar e o lugar ao contexto global, em uma rede interativa e interdependente, formando um sistema social complexo, que também é dinamizado pela reciprocidade.

Desse modo, nessa investigação, assim como a Teoria da Dádiva está para explicar o turismo comunitário como um *fato social total* que cria vínculos morais, sociabilidades e alianças entre os diversos agentes sociais internos e externos às comunidades gerando uma ampla rede social, a estrutura da reciprocidade está para explicar que essa é a estrutura social que sustenta o turismo no lugar, bem como deve ser a estrutura orientadora para projetar o lugar ao ambiente global, funcionando assim, como o *lubrificante* do TC como sistema.

Sabourin (2011) esclarece que Mauss (2017) desenvolveu a análise teórica da reciprocidade no final de sua obra (1931, 1947), e constatou que as estruturas da reciprocidade estão na natureza humana por meio das relações de parentesco, especialmente nas regras de exogamia e de filiação, observação que lhe rendeu a construção da noção de formas de reciprocidade diretas (estruturas binárias) e indiretas (terciárias). Entretanto, Sabourin (2011) afirma que Mauss (2017) não teorizou sobre a reciprocidade, tarefa que foi desenvolvida por Lévi-Strauss (1949 *apud* SABOURIN, 2011), e, na atualidade, por Temple e Chabal (1995 *apud* SABOURIN, 2011).

Lévi-Strauss partiu da observação de Mauss (2017) sobre as três obrigações – dar, receber, retribuir – e sua conexão com aliança e parentesco para desenvolver a tese de que a estrutura que sustenta o ciclo da dádiva é a *troca* e não o espírito da dádiva ou *mana*, como defendido por Mauss. Desse modo, Lévi-Strauss postula que a reciprocidade é uma estrutura elementar do parentesco, que através das regras de exogamia dará lugar à um sistema de trocas, que criará a obrigação de dar, receber,

retribuir. Nessa concepção, a troca é um princípio universal para mediar relações de reciprocidade. Portanto, para Lévi-Strauss, a troca generalizada e a troca simbólica representam a estrutura que dá origem à reciprocidade, que é, por sua vez, a estrutura das relações sociais (SABOURIN, 2011).

Mauss (2017) foi criticado por Lévi-Strauss por ter valorizado o espírito da dádiva ou *mana* como a estrutura que gera a obrigação de retribuir. Para Mauss (2017), a dádiva carrega consigo a força espiritual do seu doador, o *mana*, que é inalienável, por isso quem a recebe precisa devolvê-la, desse modo, o *mana* cria a obrigação da reciprocidade. Como força que precisa circular, o *mana* assume um caráter ontológico, de um “Terceiro” na relação. Mauss concebeu dessa forma, o ciclo da reciprocidade das dádivas, que reconhece apenas aspectos positivos no processo de retribuição, segundo Temple e Chabal (1995 *apud* Sabourin (2008, 2011), fato que limitou o reconhecimento de sua percepção da reciprocidade como uma teoria (SABOURIN, 2008, 2011).

Sabourin (2011, p. 30) recorre principalmente às ideias de Temple e Chabal (1995) para relacionar quatro elementos teóricos da reciprocidade:

1) O conceito socioantropológico: “o princípio da reciprocidade não se limita a uma relação de dádiva/contra-dádiva entre pares ou grupos sociais simétricos”, ou seja, reciprocidade não pode ser reduzida a uma troca simétrica;

2) A reciprocidade pode assumir várias formas. A forma positiva ligada à dialética do prestígio, refere-se à reciprocidade de dádivas, como oferendas, partilhas etc. A forma negativa ligada à dialética da honra refere-se aos ciclos de vingança;

3) As relações de reciprocidade podem ser avaliadas por suas estruturas, pelo que se compreende do termo na antropologia. A estrutura de forma simétrica inclui o desenvolvimento de valores afetivos e éticos. Cada tipo de estrutura produz valores específicos, como exemplo o autor cita a estrutura de divisão simétrica de bens entre indivíduos de um grupo para gerar valor de justiça;

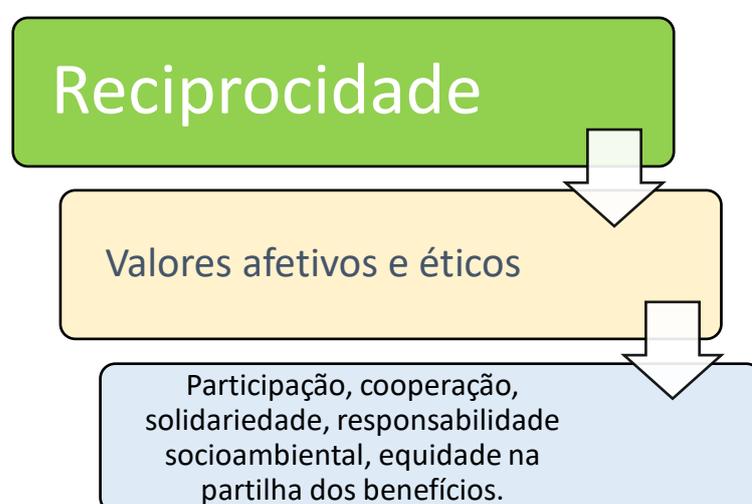
4) O princípio da reciprocidade possui diferentes níveis: o real, o simbólico (a linguagem) e o imaginário (as representações).

As relações de reciprocidade do turismo comunitário como sistema serão avaliadas nessa tese somente por suas estruturas, consideradas pela forma simétrica entre ambiente endógeno e mercado de viagens. Assim, no ambiente endógeno são analisados os *valores afetivos* que contribuem para o fortalecimento

da comunidade, como confiança, colaboração, responsabilidade, e nas relações com o mercado de viagens são propostos *valores éticos*, considerados por mim como pertinentes à ideologia do turismo comunitário, e, portanto, adequados para atrair turistas e construir parcerias e alianças para a comercialização.

A reciprocidade é compreendida aqui como uma norma moral que orienta o comportamento social de um indivíduo para produzir valores afetivos e éticos na interação com o outro (SABOURIN, 2008). Essa interação somente pode ocorrer se o indivíduo tiver a preocupação, interesse e respeito pelo outro. Em função da reciprocidade ser considerada fundamental para manter sistemas sociais estáveis na perspectiva de Gouldner (1960 *apud* SABOURIN, 2011, p. 28), ela foi definida por mim como proposta para gerar a estabilidade do turismo comunitário como sistema complexo, conforme pode ser percebido na figura 3.

Figura 68 – Fator de estabilidade do TC



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A reciprocidade, ao criar valores afetivos e éticos que não podem existir fora das relações sociais, é a estrutura que dá origem aos diversos valores que permeiam o turismo comunitário: participação, cooperação, solidariedade, responsabilidade socioambiental, equidade na distribuição dos recursos etc. Todos esses valores fortalecem a organização social de uma comunidade e a qualificam para desenvolver a gestão da atividade turística com autonomia em seu território, fator fundamental para reconhecer uma iniciativa de turismo comunitário.

Pelo exposto, identifiquei a reciprocidade como princípio norteador das relações interpessoais em Coroca, contribuindo para aumentar a confiança, a colaboração e compreensão mútua, a amizade, a participação, e a responsabilidade

entre os comunitários para as ações relativas à gestão local do turismo. Todos esses valores afetivos podem ser constatados na fala de uma liderança comunitária:

[...] aí ficou assim, logo de início, por exemplo, se vinha uma turma hoje aí fazia refeição aqui na minha casa, **aí no outro dia a gente começou a dividir ne, pra ir pra casa da N., pra ir pra casa da V., da S., aí como foi aumentando essa demanda,** a gente servia também lá embaixo da mangueira, lá no quintal da nossa associação [...], grifo nosso)⁵⁰.

[...] então a gente organizava pra fazer o almoço, a gente ia pra lá, trabalhava, logo de início, por exemplo, **eu dava alguma coisa, outro dava outra coisa, para a gente iniciar né,** aí depois que começou a melhorar mais pouquinho, aí a gente começou a comprar a despesa né, no caso, o que a gente usaria lá, aí a gente via o lucro, e ia tipo para um caixa, isso a gente já começou a organizar [...] aí a gente não ganhava nada, todo nosso lucro ia pra lá para a gente começar a comprar as coisas que a gente precisava, **aí a gente pegava panela de um, talheres de outro, sabe, tudo foi assim,** a gente começou do zero, aí **quando passou mais de ano,** aí a gente começou a construir uma cozinha, começamos a comprar nossas louças, nós começamos a comprar tudo que era preciso para dentro de uma cozinha ne?, grifo nosso)⁵¹.

Também se observou *in loco* que Coroca não possui nenhum tipo de apoio de entidades públicas e/ou privadas para desenvolver o turismo em seu território, como geralmente acontece em comunidades que estão iniciando o trabalho com o turismo. O fato de Coroca estar gerindo o turismo de modo independente de agentes externos, apoiando-se apenas na boa vontade e interesse de cada um de seus líderes, levou-me a deduzir que a reciprocidade é o componente da organização social responsável pela *emancipação social* de uma comunidade.

Cattani (2009) vincula a expressão emancipação social aos conceitos de autonomia e sociedade autogerida. Para o autor, a emancipação envolve a capacidade de libertar-se do poder exercido por outros e adquirir a consciência sobre a cidadania à qual todos tem direito em sociedades democráticas. Nas palavras de Cattani (2009, p. 175), emancipação social é “o processo ideológico e histórico de liberação por parte das comunidades políticas ou grupos sociais da dependência, tutela e dominação nas esferas econômicas, sociais e culturais”. Por esse conceito, considero que em relação à gestão do turismo, a comunidade Coroca está emancipada, e a comunidade Anã, não.

⁵⁰ Luziete da Silva Correa. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

⁵¹ *Ibidem*

Nesse contexto, uma comunidade política é autônoma quando não está sujeita às regras arbitrárias, subjetivas, impostas por critérios externos, que naturalizam normas sociais e morais no ambiente endógeno através de relações opressoras (CATANNI, 2009).

Assim, uma sociedade emancipada é pautada no bem comum, quando alcançado pela liberdade dos indivíduos. Contudo, Catanni (2009, p. 175) enfatiza que essa liberdade deve ser orientada pela igualdade, “pela reciprocidade de direitos e obrigações”, que garantem o respeito à diferença e à liberdade do outro. Nesse sentido, entendo que a reciprocidade a qual Catanni (2009) refere-se seja correspondente à noção de reciprocidade apresentada acima.

Portanto, acredito que uma comunidade autônoma está organizada por relações de reciprocidade. A autonomia de uma comunidade é constituída por indivíduos livres de estruturas dominadoras externas, mas comprometidos com o bem comum. Assim, a liberdade é solidária, pois ela está vinculada às responsabilidades com os outros seres que integram e constituem a comunidade. Então, não há liberdade absoluta, mas sim, o que defino por *liberdade solidária*. O reconhecimento dessa responsabilidade na consciência de cada indivíduo é o que gera a reciprocidade como norma moral.

Relações de reciprocidade estruturadas sob uma forma simétrica têm o potencial de gerar valores afetivos e éticos que não preexistiam entre os homens (SABOURIN, 2011). Por isso, à medida em que a reciprocidade produz valores como confiança, justiça, equidade, amizade, proximidade e responsabilidade, que estimulam o homem a colaborar mutuamente para alcançar interesses coletivos em todas as esferas da vida social, ela se constitui como um “motor de produção” de uma *outra* economia qualificada de “humana” por Temple (1997 *apud* SABOURIN, 2011, p. 33).

A reciprocidade pode ser concebida como a racionalidade que sustenta a vida em sociedade, que gera a coesão social, que produz práticas sociais para organizar a vida material, mas que, no entanto, interpreta as relações de troca com interesse capitalista não como a base da organização social, mas como uma das dimensões que rege as relações sociais. É nessa perspectiva que a reciprocidade pode ser o motor de produção de uma economia humana, cujas coisas trocadas não estão sempre reguladas por valores monetários, mas por valores humanos.

É como prática socioeconômica que a reciprocidade pode organizar uma comunidade autogerida, na qual os indivíduos tenham ciência que usufruem de uma liberdade solidária que está comprometida com a apropriação coletiva dos mecanismos de produção. Da lógica solidária surgem os empreendimentos coletivos e solidários, e geralmente territorialmente marcados, haja vista que são geridos por grupos sociais marginalizados no mercado capitalista, e segregados espacialmente. Nessa proposta de socioeconomia solidária, encaixa-se a ideologia de iniciativas de turismo comunitário.

Entretanto, Lisboa (2005, p. 112) destaca que a “autonomia sempre é relativa”, pois não é possível existir sem a interação com o entorno, o que foi definido por Morin (2005) como *autonomia dependente*. Essa perspectiva da autonomia é adequada para analisar comunidades que estão inseridas na dinâmica da globalização, mas não se configura como verdade absoluta quando se considera a independência de povos originários, como os que vivem na Amazônia brasileira, que na atualidade ainda lutam por seu total isolamento e sobrevivência com os recursos da natureza.

A ideia de autonomia dependente foi evocada para explicar a realidade de comunidades que trabalham com turismo. Como sistema complexo que possui relação de interdependência com o mercado de viagens, o turismo comunitário deve ser compreendido por sua autonomia dependente. Essa autonomia relativa demonstra que as relações com o mercado de viagens possuem o mesmo grau de importância que o fortalecimento da organização comunitária para o equilíbrio do turismo comunitário como sistema.

Nesse sentido, quando se pensa em estratégias para construir a autonomia comunitária na gestão local do turismo, há que se considerar a reciprocidade como categoria estruturante, tanto do ambiente endógeno como do ambiente exógeno. Assim, conclui-se que a reciprocidade é uma racionalidade estruturante do turismo comunitário como sistema social complexo.

3.3.3 Autogestão e autonomia

Martins (2002, p. 211) define autogestão como “um processo a partir do qual a coletividade se autoadministra”, ou seja, é um mecanismo que favorece a criação de poder no seio da coletividade. Segundo a autora, o termo autogestão é recente,

pois foi utilizado pela primeira vez a partir de 1951 para se referir ao modelo de gestão de empresa na Iugoslávia.

Martins (2002) esclarece ainda, que foi a partir de 1968 que o termo se consolidou no ambiente acadêmico e sindical como referência a um novo padrão de organização política, econômica e social. A autora pontua que não há como definir limites conceituais entre autogestão e autonomia, pois os próprios movimentos operários que inauguraram o uso desses termos demonstram a equivalência entre eles.

A luta por maior autonomia, que eclodiu especificamente na Comuna de Paris, em 1871, e perdurou por outros movimentos ao longo do século XX, reivindicava “uma mudança valorativa na representação política, adquirindo, como forma de participação institucional, a dinâmica autogestionária” (MARTINS, 2002, p. 212). Nesta perspectiva, a autogestão é uma forma de organização coletiva para alcançar a autonomia e, desse modo, aumentar participação de determinado grupo no contexto social e político.

Para Mothé (2009, p. 26), a autogestão é um “projeto de organização democrática que privilegia a democratização direta” (MOTHÉ, 2009), ou seja, é uma forma de organização social que favorece a participação igualitária dos cidadãos em processos de tomada de decisão. Nesse sentido, não há concentração de poder gerencial, mas distribuição desse poder entre os interessados nas questões em debate.

Segundo FOI.Lis (1998, p. 74)⁵², a autogestão deve ser entendida, em resumo, como um sistema de organização aplicável a diferentes atividades sociais, que se baseia na cooperação de várias pessoas que possuem poder decisório. O autor enfatiza que o objetivo da autogestão é socializar o poder gerencial, superando diferenças entre as pessoas que decidem e as pessoas que executam tarefas a partir da divisão do trabalho.

Nesse contexto, todos os trabalhadores têm o poder deliberativo sobre todas as decisões que dizem respeito à coletividade. Isso coloca em pauta outra questão destacada por FOI.Lis (1998), que é a autonomia decisória de estruturas coletivas autogeridas. Ou seja, a autogestão pressupõe processos decisórios livres de interferências externas alheias às vontades das coletividades.

⁵² Para qualquer dúvida, informo ser este o sobrenome do autor referenciado.

O termo autogestão não figura com frequência nas conceituações propostas pelos estudiosos do TBC/TC, mas o termo gestão sim. Isso se deve ao fato de que os autores definem o protagonismo das populações locais como a principal característica desse modelo de turismo, e, dessa forma, atribuem a elas a responsabilidade pela idealização, desenvolvimento e gestão do turismo (IRVING, 2009; SAN SOLO; BURSZTYN, 2009; CORIOLANO, 2003). No entanto, fazer a gestão não é a mesma coisa que fazer autogestão.

Como atividade coletiva de determinado grupo social, o turismo pode ser organizado pelo modelo de autogestão, mas, uma vez nessa proposta, não pode prescindir da autonomia comunitária no processo de tomada de decisão.

A autogestão em iniciativas de turismo comunitário é compreendida nessa análise pela perspectiva de Maldonado (2009). Segundo o autor, autogestão refere-se à criação de um negócio turístico por decisão da própria comunidade, através do empenho de seus recursos naturais, culturais e humanos. O autor também enfatiza que autogerir o negócio comunitário requer ação direta dos comunitários em todas as etapas da operação turística.

Esse é o maior desafio, pois exige capacitação da comunidade em várias frentes de trabalho: planejamento; prestação de serviços aos turistas; promoção e comercialização do produto no mercado; mediação de conflitos coletivos no ambiente endógeno; gestão de parceiros comerciais externos; monitoramento do desenvolvimento do turismo e impactos na comunidade, entre outras.

Assim, para que consigam alcançar a sustentabilidade econômica, e manter as iniciativas de turismo ao longo do tempo, as comunidades precisam desenvolver habilidades de gestão em dois ambientes: comunitário e mercado de viagens, de forma holística e integrada. Em função da complexidade que essa governança envolve, muitas experiências de TC fracassam após o término das parcerias com agentes externos de fomento.

Para alguns estudiosos de TC, como Bursztyn e Bartholo (2012), a principal causa de falências dos projetos turísticos comunitários está na ausência de preparo das comunidades para atuar no mercado de viagens, por isso os autores afirmam que a temática *comercialização e acesso ao mercado* deve ser o foco para garantir a sustentabilidade econômica e a busca pela autonomia das comunidades que trabalham com negócios turísticos.

Maldonado (2009) também ressalta que as comunidades enfrentam diversas restrições para acessar o mercado turístico globalizado, especialmente porque possuem negócios pequenos, isolados, que geralmente são excluídos de programas governamentais e de acesso ao crédito, destinados a empresas estruturadas. Outro fator importante ressaltado pelo autor, e observado nessa pesquisa de campo, é a ausência de conhecimentos técnicos/formação profissional e baixa escolaridade dos comunitários para operar em um mercado tão competitivo. Essas limitações, de acordo com o autor, geram baixa competitividade dos negócios comunitários.

Constatei na pesquisa de campo que as comunidades em análise estão buscando estratégias para fazer a gestão, mas porque a autogestão é bem mais complexa, uma vez que envolve vários processos em dois ambientes, ainda não está sendo realizada. Dentre os vínculos sociais de cada organização comunitária, nem sempre a confiança e a reciprocidade estão fortalecidas para permitir decisões coletivas autônomas.

Assim, em função de ter percebido no campo de pesquisa que a autonomia comunitária é um princípio estruturante da autogestão, e que esta envolve a gestão integrada em dois ambientes numa perspectiva sistêmica e, ainda, que todos esses processos são determinantes para o sucesso ou fracasso de projetos comunitários de turismo, apresento abaixo uma análise da observação etnográfica sobre a gestão do turismo com olhar focado na organização social das comunidades Coroca e Anã:

a) Existe um GLGT em cada comunidade. Além de administrar o empreendimento turístico local, esse grupo desempenha as seguintes funções: organiza os passeios pela comunidade; mobiliza os comunitários para vender produtos locais ao negócio turístico, como mel, farinha, peixe, tapioca, hortifruti, e aos turistas, como artesanato; e por fim, faz a gestão dos comunitários como prestadores de serviços ao empreendimento.

b) O GLGT de Coroca organizou-se por interesse e disposição da própria comunidade em melhorar um serviço que já estava sendo demandado por visitantes, que é a oferta de refeição para almoço. Nesse contexto, o restaurante comunitário como negócio nasceu de forma endógena, sem estímulo, apoio (técnico ou financeiro) ou interferência de agentes externos para a construção do empreendimento, e formação do grupo para a oferta de serviços turísticos.

O conhecimento desse contexto é muito importante para compreender que esse GLGT não possui relações de dependência técnica ou de financeira com

ONGs, como geralmente acontece no surgimento de iniciativas de turismo comunitário. Como resultado dessa independência de agentes externos, identifiquei um alto grau de autonomia nos processos decisórios do grupo, conforme pode ser percebido no depoimento de Luziete da Silva Correa:

[...] ano passado (2018), quando a gente fez uma reunião, aí as próprias pessoas do grupo deram sugestão que a gente deveria ir pra lá ganhar uma diária, ou meia diária, e o restante iria para dentro do caixa do grupo né? então a gente tá trabalhando assim agora né, a gente organiza e vai, então a gente paga R\$ 50,00 para uma pessoa que vai o dia todo, e R\$ 25,00 para uma pessoa que vai ali só o meio-dia né? Aí essa é a forma de trabalhar⁵³.

[...] a gente sentiu necessidade de construir mais banheiros né, então a gente fez reunião, aí uns queriam montar o banheiro que tem chuveiro, outros não quiseram, acabou que está sendo feito mais dois banheiros para atender à demanda porque período de final de ano a gente recebe bastante pessoas, principalmente lá pelo dia 30,31 e 01 de janeiro né, do próximo ano, a gente recebe bastante pessoas então o banheiro fica muito super lotado, aí cada vez mais que a gente vai recebendo, a gente vai melhorando, ampliando[...] (grifo nosso)⁵⁴.

Na primeira fala, fica claro que o grupo se autogere porque todos os trabalhadores têm poder decisório sobre as regras de trabalho. Eles sugerem, votam, e o que for decidido pela maioria é implantado para a coletividade. A decisão compartilhada entre os membros do grupo, e restrita aos seus interesses, é a expressão da autonomia dessa estrutura coletiva, que localmente é chamada, apenas, por *grupo de turismo*. Na segunda fala de Luziete da Silva Correa, se pode apreender como a autogestão do GLGT produz uma gestão mais eficiente do empreendimento turístico, à medida que os comunitários vão decidindo por melhorias de acordo com suas próprias observações sobre as necessidades da demanda.

O caso exposto revela que a comunidade Coroca está conseguindo desenvolver a autogestão do restaurante comunitário enquanto empreendimento turístico porque criou uma estrutura coletiva endógena autônoma, que é capaz de perceber as necessidades do turismo como negócio, e debater as soluções para mantê-lo.

c) O GLGT de Anã não possui a mesma autonomia e organização que o de Coroca porque mantém uma relação de subordinação e dependência técnico-

⁵³ Luziete da Silva Correa. Entrevista. *Op. Cit.*

⁵⁴ *Ibidem*

financeira com a ONG PSA. Nesse contexto, o GLGT não é reconhecido pela comunidade como um espaço coletivo para debate e tomada de decisão dos interesses comunitários para o turismo, mas como um grupo representante da ONG, presente no território de Anã. Esse contexto gera divergências relativas à organização local do turismo, tensões e disputa pelo poder, e desarticulação endógena sobre a gestão do empreendimento turístico localizado em Anã.

Pelo exposto, é possível apreender que quando a autonomia de uma estrutura coletiva (que pode ser uma cooperativa, associação, fórum, ou outra forma representativa decidida na coletividade) está comprometida por interferências de agentes externos, a comunidade enfrentará maiores dificuldades para desenvolver a autogestão da atividade turística em seu território.

Um bom exemplo de que a autonomia endógena é extremamente relevante para a gestão e sustentabilidade de negócios turísticos comunitários é o caso da Pousada Uacari na Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) Mamirauá. O projeto de TBC foi implantado em 1997 por agentes exógenos às comunidades com o intuito de promover o turismo como uma atividade econômica alternativa à reserva, e desta forma aliar benefícios econômicos e conservação dos recursos naturais locais. No entanto, Peralta *et al.* (2015) destacam que o turismo era uma atividade econômica estranha ao cotidiano das comunidades da região, por isso, as ações iniciais do projeto foram direcionadas para o esclarecimento sobre a dinâmica de funcionamento do turismo, e seus possíveis impactos.

Por essa contextualização, fica claro que o empreendimento turístico não surgiu de forma endógena, portanto, sua gestão está sendo apreendida pela comunidade através da transferência de conhecimentos técnico-gerenciais. Esse caso, assim como o da comunidade Anã, demonstra que quando não é a comunidade quem cria o negócio turístico, ela tende a ser mais dependente do auxílio técnico-financeiro externo, e desse modo tem mais dificuldade para alcançar autonomia na gestão de empreendimentos turísticos

Barros-Freire *et al.* (2019) assinalam que a dependência de organizações externas, observada na experiência turística em Mamirauá, assim como em outras iniciativas de TBC, anunciam o fracasso de empreendimentos geridos nessa condição ou provocam expressivas transformações na cultura local.

Peralta *et al.* (2015) informam que, para alcançar a autogestão do empreendimento turístico em Mamirauá, as comunidades locais precisam superar os

seguintes desafios: fortalecimento do capital social como estratégia para assegurar maior participação e aprimoramento dos espaços de tomada de decisão; e o desenvolvimento do capital humano direcionado para aquisição de habilidades operacionais e gerenciais. Na perspectiva dos autores, a chave para o sucesso de projetos autogestionários de turismo é o capital social valorizado. Por isso, afirmam que a *confiança* e a *reciprocidade* exigidas por esse tipo de gestão somente serão alcançadas pela transparência e diálogo.

A pesquisa de campo evidenciou que a autonomia na gestão do turismo somente pode ser alcançada quando a comunidade é livre e plenamente capaz de tomar decisões em todos os processos que envolvem a operação turística, os quais ocorrem tanto no seu ambiente interno (o comunitário), quanto no externo (mercado de viagens). Portanto, defendo que o êxito de iniciativas de turismo comunitário deve ser reflexo de uma comunidade preparada para autogerir-se de forma integrada, entre suas demandas endógenas e as exigidas pelo mercado de viagens, pois é preciso considerar que existe entre esses dois ambientes, uma *dependência recíproca* própria de sistemas complexos, como é o caso do turismo comunitário.

3.4 Turismo comunitário: uma proposta conceitual pautada na reciprocidade e autonomia.

A observação em campo com foco na organização social de cada comunidade para administrar e gerir o turismo em seu território, revelou duas categorias fundamentais para a efetivação do processo de autogestão: reciprocidade e autonomia.

Na tentativa de propor um conceito para o turismo que é desenvolvido em comunidades, faz-se necessário apresentar o meu próprio entendimento sobre comunidade, já que esse termo ainda é polissêmico na literatura acadêmica.

No contexto dessa pesquisa, coaduna-se com a visão de Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016) de que a comunidade não é uma entidade acabada, pronta, mas um sistema humano dinâmico, em processo de construção contínuo. Desse modo, os autores afirmam que a comunidade é, basicamente:

um processo de integração que, sem desconsiderar diferenças, conflitos e peculiaridades, une os indivíduos e os mantém em um tipo de tensão permanente: é essencialmente uma dinâmica sustentada de ação objetiva (RUIZ-BALLESTEROS; CÁCERES-FERIA, 2016, p. 514).

Os autores esclarecem que essa *dinâmica* é sustentada por ações coletivas *ativadas* ou *desativadas*. O turismo é uma das motivações para ativar ações coletivas. Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016) concluíram em seus estudos que, à medida em que a atividade turística estimula os indivíduos de uma sociedade a se associarem para atingirem objetivos comuns, está promovendo a coesão social, e que esse processo conduz à construção da comunidade.

Portanto, na perspectiva dos autores citados, a noção de comunidade não pode ser aplicada a qualquer sociedade local, mas sim a um grupo de indivíduos que transformou seus interesses individuais em questões coletivas, e aprendeu a agir coletivamente em nível estratégico. Então, com base nessa premissa, concluo que:

a) Ao constatar que o desenvolvimento do turismo em uma localidade é resultado do esforço coletivo endógeno, é possível afirmar que essa iniciativa turística é *comunitária*, posto que o grupo somente conseguiu desenvolver o turismo em seu território porque agiu coletivamente;

b) O turismo é, simultaneamente, produto de uma comunidade que aprendeu a funcionar como tal, e agente construtor dessa mesma comunidade, ao servir como instrumento para interações sociais, e conseqüentemente, fortalecimento da coesão social.

Por fim, Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria (2016, p. 515) destacam que independente de sua configuração, o “TBC deve ser um compromisso com o desenvolvimento da comunidade”. Sendo assim, ressalto que coaduna com a afirmação dos autores que o “desenvolvimento” deva ser a finalidade do turismo nas comunidades, no entanto, é preciso debater sobre que modelo de desenvolvimento é adequado associar ao turismo na escala local.

Os termos *desenvolvimento local* e *desenvolvimento comunitário* não aparecem nos conceitos mais conhecidos de TBC, muito embora os autores reconheçam em suas análises, que o turismo é um importante fator para o desenvolvimento local/comunitário. Mas, de que forma isso é possível?

A observação em campo revelou que o desenvolvimento local é construído pelo poder endógeno, pela capacidade da comunidade em empregar seus recursos humanos, econômicos, culturais e ambientais para melhorar o bem-estar social. Tudo isso significa ter autonomia para se autogerir. Nesse sentido, a melhoria da qualidade de vida passa a ser um indicador definido segundo os critérios do modo

de vida local. Por isso, não é possível estabelecer parâmetros para generalizar como o turismo gera o desenvolvimento comunitário da localidade A, B e C. Esse tipo de indicador é restrito ao contexto que se deseja avaliar, o qual precisa ser criado em conjunto com os agentes locais. Contudo, é uma questão extremamente relevante, pois demonstra à comunidade como o turismo está impactando em sua dinâmica socioeconômica e ambiental.

Ao analisar os conceitos sobre TBC na literatura acadêmica, identifiquei como elemento de maior frequência a “geração e/ou distribuição de benefícios diretos às populações locais” (SANSOLO; BURSZTYN, 2009; IRVING, 2009; MALDONADO, 2009; RUIZ-BALLESTEROS; CÁCERES-FERIA, 2016; CAÑADA, 2017). Esses benefícios referem-se à questão econômica, em função da força multiplicadora do turismo na economia. Assim, registro a contemplação do aspecto econômico em estudos de TBC.

Em relação ao aspecto social, aparecem alguns conceitos como “melhoria da qualidade de vida” (IRVING, 2009; BENEVIDES, 1997), “valorização da cultura local/ identidade cultural” (IRVING, 2009; BRASIL, 2010; SANSOLO; BURSZTYN, 2009); “interculturalidade” (IRVING, 2009). Irving (2009) também enfatiza que o TBC tem como condição o *encontro* de identidades, por meio do qual ocorre intensa troca de saberes, viabilizando a aprendizagem mútua. Certamente, esses elementos encontrados em conceitos, não abarcam a complexidade da dimensão social comunitária, e as possibilidades de desenvolvimento dessa área na escala local.

Nessa breve análise sobre desenvolvimento comunitário por meio do turismo, cabe, ainda, a inserção do aspecto ambiental. Esse geralmente aparece nos conceitos de turismo comunitário como *conservação dos recursos naturais*. Pelo exposto, o conceito mais propício de desenvolvimento a ser utilizado na relação com o turismo, é o sustentável, pois “o desenvolvimento sustentável circunscreve o desenvolvimento econômico ao desenvolvimento humano e social, colocando, ainda, em completa evidência, a necessidade de equilíbrio ambiental” (CRUZ, 2009, p. 99).

Nesse sentido, considerarei nessa proposta conceitual que o termo *desenvolvimento comunitário sustentável* engloba as três dimensões do desenvolvimento, não sendo necessário explicitar no conceito de minha autoria, os aspectos específicos relativos à cada dimensão (econômica, social e ambiental), haja vista a necessidade de enfatizar outras questões, como o caráter relacional do turismo.

Portanto, defino turismo comunitário como:

Um modelo de gestão endógena do turismo, por meio do qual as populações locais constroem, coletivamente, um amplo sistema relacional de dádivas, na forma de trocas múltiplas, pautado na reciprocidade e autonomia, com o objetivo de promover o desenvolvimento comunitário sustentável.

Desse modo, reafirmo que o termo *turismo comunitário* representa melhor a ideia de uma *outra* forma de fazer turismo que está a serviço do coletivo, inserido em comunidades que buscam estratégias para transformá-lo em uma atividade geradora do desenvolvimento local.

4. A DÁDIVA E A ORGANIZAÇÃO DE SISTEMAS RELACIONAIS DE TROCAS NO TURISMO EM ANÃ E COROCA

Neste capítulo as iniciativas de turismo nas comunidades Anã e Coroca serão analisadas pela perspectiva da Teoria da Dádiva de Mauss (2017). Por meio da observação em campo, identifiquei que o turismo institui relações de trocas/dádivas e reciprocidade ambivalentes entre os agentes sociais internos e desses com os agentes externos às comunidades. No entanto, percebi que algumas relações de troca estão pautadas em interesses que ultrapassam a perspectiva econômica, situando-se no plano do simbólico. Esse caráter ora interessado economicamente, ora desinteressado é o que denota a ambivalência das dádivas, pois segundo Mauss (2017), embora pressuponha a ideia de um ato desprovido de interesses, o ato de doar nunca é totalmente desinteressado.

Desse modo, utilizei a noção de interesse elaborada por Bourdieu na *Teoria da Prática* (RODRIGUES GUIMARÃES, 2013) como aporte teórico suplementar, a fim de compreender como os atos humanos podem ser interessados, e, simultaneamente, desinteressados, e quais as condições que os determinam. Ressalto que o diálogo teórico com Bourdieu (2011) e os conceitos que lhe são caros de *habitus* e *campo*, favoreceram o entendimento de que o estabelecimento de relações de dádivas provocadas pelo *campo* social do turismo promove o surgimento de uma ampla rede relacional nomeada por *Rede Social do Turismo Comunitário* (RSTC).

Essa rede conecta agentes sociais no ambiente endógeno, e este ao exógeno, instituindo alianças e sociabilidades. Sendo assim, em ambientes sociais que promova a troca de bens e de sua espiritualidade de forma ambivalente, o turismo pode ser compreendido como dádiva e, a dinâmica relacional que ele produz, como um sistema de dádivas.

Portanto, nesta análise, o TC é definido como um campo social de gestão de relações de trocas múltiplas, territorialmente marcadas, interdependentes e conectadas em uma estrutura de rede, o que o caracteriza como um *fato social total* na concepção de Mauss (2017). Para analisar as várias nuances das *prestações* envolvidas nas trocas, construí um caminho metodológico a partir da concepção de Lanna (2000) sobre a *etnografia da troca*. Essa etnografia envolve a descrição e

análise de cinco *ambientes de trocas* que expressa variadas interações entre os agentes sociais que compõem o microcosmo e o macrocosmo de Anã e Coroca.

4.1 A dádiva pela concepção de Mauss

A dádiva é uma ação humana relacional que cria vínculos sociais tanto amistosos, como de dependência e dominação. O ato de dar é uma ação que não se restringe à troca de bens materiais, pois para além desses bens, também envolve valores espirituais e interesses subjetivos.

Deste modo, a dádiva estimula o exercício da alteridade, pois, de acordo com Lanna (2000, p. 176):

[...] para dar algo adequadamente, devo colocar-me um pouco no lugar do outro (por exemplo, de meu hóspede); entender em maior ou menor grau, como este, recebendo algo de mim, recebe a mim mesmo (como seu anfitrião).

Mauss (2017) foi um estudioso sagaz e interessado na variedade dos fenômenos humanos. Após analisar os dados de campo de antropólogos contemporâneos a ele, como Malinowski e Radcliffe-Brown - haja vista que ele próprio nunca realizara pesquisa de campo - desenvolveu a noção de dádiva e aliança para explicar como a vida social se organiza e é articulada pelos agentes sociais que a vivenciam.

Nesse sentido, na obra *Ensaio sobre a dádiva*, Mauss (2017) revela como os atos de dar e receber, em diferentes tempos e lugares do planeta, cria a obrigação de retribuir. A dinâmica entre dar-receber-retribuir é, para Mauss (2017), a base que viabiliza toda forma de sociabilidade e comunicação entre humanos. Portanto, a dádiva é um *fato social total*, que motiva a vida em sociedade (LANNA, 2000).

Mauss (2017) explica que em função da expectativa de retribuição, o ato de dar não é um ato desinteressado, pois quem dá sempre aguarda o momento oportuno para receber o retorno, material ou espiritual, do ato praticado. É por isso que o autor afirma que a dádiva é ambivalente, pois ao mesmo tempo em que é voluntária/espontânea, também é obrigatória; simultaneamente interessada e desinteressada e, na concepção de Lanna (2000, p. 176), útil e simbólica. Esse autor nos apresenta a dialética imanente às trocas:

A mesma troca que me faz anfitrião faz-me também um hóspede potencial. Isto ocorre porque “dar e receber” implica não só uma troca material, mas também uma troca espiritual, uma comunicação entre almas. É nesse sentido que a Antropologia de Mauss é uma sociologia do símbolo, da comunicação; é ainda nesse sentido ontológico que toda troca pressupõe, em maior ou menor grau, certa alienabilidade. Ao dar, dou sempre algo de mim mesmo. Ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes (LANNA, 2000, p. 176).

A análise de Lanna (2000) evidencia três aspectos da troca:

- a) Ela estabelece a reciprocidade entre as pessoas envolvidas no ato de dar e receber, pois quem recebe assume o compromisso moral de retribuir;
- b) Institui regras para a comunicação entre duas almas; duas individualidades;
- c) Define valores alienáveis entre dois seres humanos; entre duas subjetividades que se encontram e se permitem uma aproximação por meio da *oferta* de um lado, e da *aceitação*, de outro, de um *presente*.

Para Mauss (2017, p. 197), as trocas podem abranger “amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras [...]”. Ou seja, a circulação de bens, pessoas, adornos, privilégios, nomes, esmolas, comunhões, palavras, visita etc., uma ampla variedade de *prestações*, que podem ser de ordem material ou espiritual, possuir maior ou menor alienabilidade, e se caracterizarem como *totais* ou *agonísticas* (é o caso do *potlatch* dos índios do noroeste americano).

A *prestação total* refere-se ao envolvimento de todo um grupo social, um *clã*, no processo de troca, como demonstração de reverência ao seu chefe. Esse, por sua vez, se sacrifica por seu grupo em batalhas que podem conduzi-lo até sua morte, por isso são chamadas agonísticas. A rivalidade do tipo agonística entre chefes de clãs tem por objetivo estabelecer hierarquia entre eles.

O mais importante na tese de Mauss (2017) não foi compreender a troca como um momento de *circulação de riquezas*, mas perceber que a dádiva é responsável pela organização de diferentes *esferas sociais* (LANNA, 2000), quando se estabelecem *alianças*. Assim, por meio de dádivas, firmam-se alianças matrimoniais, políticas, econômicas, religiosas, jurídicas, diplomáticas, e de hospitalidade entre pessoas, comunidades e povos.

As alianças de hospitalidade são especialmente observadas no turismo, uma vez que o ato de receber alguém em sua casa, sua cidade, sua comunidade,

envolve muito além de questões materiais. Ser hospitaleiro é oferecer o melhor de si; é doar-se para a harmonia da interação social; é praticar a alteridade e criar todas as condições favoráveis para o bem-estar do outro. E todas essas ações criam vínculos emocionais, criam a obrigação moral de retribuir a dádiva recebida.

Apesar de no turismo comercial a hospitalidade seja paga, e por isso a dádiva se torna interessada economicamente, essa relação comercial também cria possibilidades de dádivas desinteressadas, ou com ganho de capital simbólico, como se pôde observar nas interações sociais entre turistas e comunitários nas comunidades Anã e Coroca.

4.2 A noção de interesse segundo Bourdier

No artigo *É possível um ato desinteressado?* Bourdieu (2011, p. 137) inicia sua análise com dois questionamentos: “Por que a palavra interesse é de certo modo interessante? Por que é importante questionar o interesse que os agentes podem ter em fazer o que fazem?”.

O autor explica que a noção de interesse, inicialmente, se apresentou a ele como um “*instrumento de ruptura* com uma visão encantada, e mistificadora das condutas humanas” (BOURDIEU, 2011, p. 137, grifo do autor). Posteriormente, Bourdieu (2011) afirma que a sociologia somente pode ser concebida pelo “princípio da razão suficiente” (*Ibid.*, p. 138) desenvolvido pelos filósofos clássicos. Ou seja, o princípio defende que os agentes podem agir de modo razoável, sem ser racionais. Isso quer dizer que, pela hipótese da racionalidade, podemos dar razão às condutas humanas, o que não significa atestar que essas mesmas “condutas tenham tido a razão como princípio” (*Ibid.*)

Bourdieu (2011) conclui que, para a teoria sociológica, há uma razão para os agentes agirem de determinado modo. Essa razão norteia a ação humana, e é capaz de justificar porque ações aparentemente incoerentes se transformam em coerentes. Assim, a “sociologia postula que os agentes sociais não praticam atos gratuitos” (*Ibid.*, p. 138) e, portanto, todos os atos são motivados. Por essa perspectiva, compreendemos que existe uma razão, uma justificativa, para que os comunitários de Anã aceitem há mais de 10 anos, manter uma relação assimétrica com a ONG PSA que assessora o turismo no lugar, e que ao longo desse tempo a

comunidade ainda não tenha criado estratégias para assumir a autonomia da atividade turística realizada em seu território.

Nesse contexto, Bourdieu (2011) afirma que para compreendermos a ação razoável e indagarmos se é possível uma conduta desinteressada, e em quais condições ela pode ocorrer, devemos primeiro conhecer como os conceitos de *habitus*, *campo*, *interesse* ou *illusio*, e capital simbólico pode orientar nossa análise sobre a atuação de agentes sociais. Assim, apresentarei, brevemente, esses conceitos a fim de melhor percebermos as condições que geram ora um interesse, ora o desinteresse dos comunitários de Anã e Coroca em relação ao turismo desenvolvido em seus territórios.

A *illusio* é uma palavra de origem latina que vem da raiz *ludus* (jogo). Para Bourdieu (2011), a *illusio* é estar envolvido no jogo e pelo jogo por meio de uma “relação encantada”, por isso se acredita que vale a pena jogar o jogo. Já o interesse é querer participar do jogo. Assim, para o autor, a *illusio* e *interesse* possuem significados similares, pois referem-se ao sentido do jogo.

De acordo com Bourdieu (2011, p. 140) a *illusio* é o encatamento pelo jogo, de tal modo que somos capazes de esquecermos que estamos enredados em um jogo social, isto porque a *illusio* é resultado da “cumplicidade ontológica entre as estruturas mentais e as estruturas objetivas do espaço social”. Essas duas estruturas condicionam a ação humana, e correspondem, respectivamente, ao *habitus* e o *campo*. Portanto, de acordo com o autor, a *illusio* é imposta aos agentes, dado que já nascemos inseridos em jogos sociais, e vamos aprendendo através de *habitus* como jogar o jogo, ou seja, aprendemos o sentido do jogo na prática.

Bourdieu (2011, p. 144) conceitua *habitus* como um “corpo socializado, um corpo estruturado [...]” que absorveu as estruturas objetivas de um campo social. Para o autor é o *habitus*, também denominado “estrutura estruturada estruturante”, que permite ao indivíduo estabelecer uma relação dialética com a realidade, pois é o instrumento que o agente social utiliza para perceber o mundo, e por meio do qual ele orienta sua ação no mundo.

O *campo*, por sua vez, é um universo social que possui “estruturas objetivas” e leis próprias, um “nomos”, que lhe caracteriza como um ambiente “independente de outros universos” (BOURDIEU, 2011, p. 148), e por isso lhe confere autonomia em relação aos outros campos. Para o autor, as normas próprias do campo somente interessam aos agentes sociais daquele campo, assim o que é considerado fora dos

padrões morais em um ambiente, não será interpretado da mesma forma, em outro ambiente social.

Nesse contexto, Bourdieu (2011, p. 150) enfatiza que temos a tendência para pensar que “todas as ações aparentemente desinteressadas esconderão intenções de maximizar alguma forma de lucro”. Contudo, a noção de capital simbólico (e de lucro simbólico) descortina outras razões para as pessoas agirem de forma desinteressada do ponto de vista econômico.

O capital simbólico são valores compartilhados pelos agentes que pertencem a um determinado campo, e só tem valor para eles próprios, como a santidade, a generosidade, a honra, o orgulho em pertencer a uma comunidade, como podemos constatar nas entrevistas com os comunitários de Anã, entre outros. Esses valores são interiorizados nos indivíduos pelo *habitus* e perpetuados na prática pelo “princípio de diferenciação” (Bourdieu, 2011, p. 150), que lhes permite reconhecer as suas diferenças e atribuir-lhes valor. Deste modo, em alguns ambientes sociais, esses valores adquirem maior importância na prática social do que a busca do lucro econômico, e assim criam “normas explícitas” ou “injunções tácitas” (BOURDIEU, 2011, p. 151), pautadas em interesses antieconômicos.

No campo social do turismo em Anã pude observar *injunções tácitas* referentes ao reconhecimento do turismo como uma atividade que gera ganho cultural, portanto, os comunitários que têm a oportunidade de contato com os turistas, manifestaram o desejo de se manterem integrados à dinâmica local da atividade turística pela possibilidade de interação cultural e, conseqüente, aquisição de outros valores. Exemplo disso é o aprendizado do inglês americano oportunizado pela estadia de jovens do *Saint Mary's College* (Califórnia/EUA), que envia desde 2014, grupos para passar uma temporada (aproximadamente 15 dias) na comunidade Anã.

No exemplo mencionado, os jovens americanos utilizam uma espécie de *livreto* com figuras e palavras curtas em inglês, para facilitar a comunicação com os moradores de Anã. Desse modo, os comunitários aprendem algumas palavras que são utilizadas no cotidiano da interação com os turistas, como *fish*, quando o almoço é peixe. Como o tempo de estadia desses jovens é relativamente longo: 15 dias, observei que além do aprendizado de pequenas palavras, ocorre uma verdadeira “comunicação entre almas” (LANNA, 2000, p. 176). Esse contato instaura uma amizade entre esses agentes sociais, que ultrapassa o curso da viagem, prova disso

é que testemunhei a troca de endereços eletrônicos, contas de perfis em redes sociais, e muitas demonstrações de afeto na despedida do grupo.

A conduta dos comunitários no exemplo acima, nos leva a concluir, em análise superficial, que essas pessoas cultivam *habitus* desinteressados, ou antieconômicos. Entretanto, ao pensarmos essa realidade à luz dos postulados de Bourdieu (2011, p. 153), que afirma que “*habitus* predisposto ao desinteresse” somente é possível em universos sociais em que essa disposição seja recompensada, somos obrigados a refletir como as condutas, aparentemente desinteressadas, dos moradores de Anã podem ser recompensadas.

Assim, apreendi duas possibilidades: uma de ordem pessoal e outra coletiva. A pessoal é a possibilidade de um morador de Anã receber uma estadia em território americano, de um jovem envolvido na experiência citada; e a coletiva é a Iniciativa de Turismo em Anã ser referendada pela satisfação do grupo atendido, e ser indicada como uma experiência interacional de qualidade na Amazônia.

Essa análise nos mostra como o desinteresse (econômico), na perspectiva de Bourdieu, faz parte do jogo. O autor ressalta, ainda, que embora muitos ambientes sociais sejam regidos por uma *norma* do desinteresse, eles não são totalmente desprovidos de interesse, porque “por trás da aparência piedosa e virtuosa do desinteresse, há interesses sutis, camuflados [...]” (BOURDIEU, 2011, p. 152). Portanto, para o autor não existem atos desinteressados, pois os interesses sutis, de ações aparentemente desinteressadas, devem ser desvelados por meios de análises sociais cuidadosas.

4.3 Relações de dádivas no campo social do turismo: uma etnografia das trocas em Anã e Coroca

Para Mauss (2017, p. 193), nas sociedades ditas primitivas e arcaicas, existiam fatos sociais complexos, por meio dos quais se percebia “tudo o que constitui a vida propriamente social das sociedades que precederam as nossas”, por isso, o autor definiu esses fatos como “fenômenos sociais totais”. Para melhor compreender esses fenômenos, o autor concentrou-se em estudar como funcionava o direito contratual e o sistema das prestações econômicas entre os grupos sociais daquelas sociedades, e assim descobriu que “as trocas e os contratos se fazem sob a forma de presentes, em teoria, voluntários, na verdade obrigatoriamente dados e

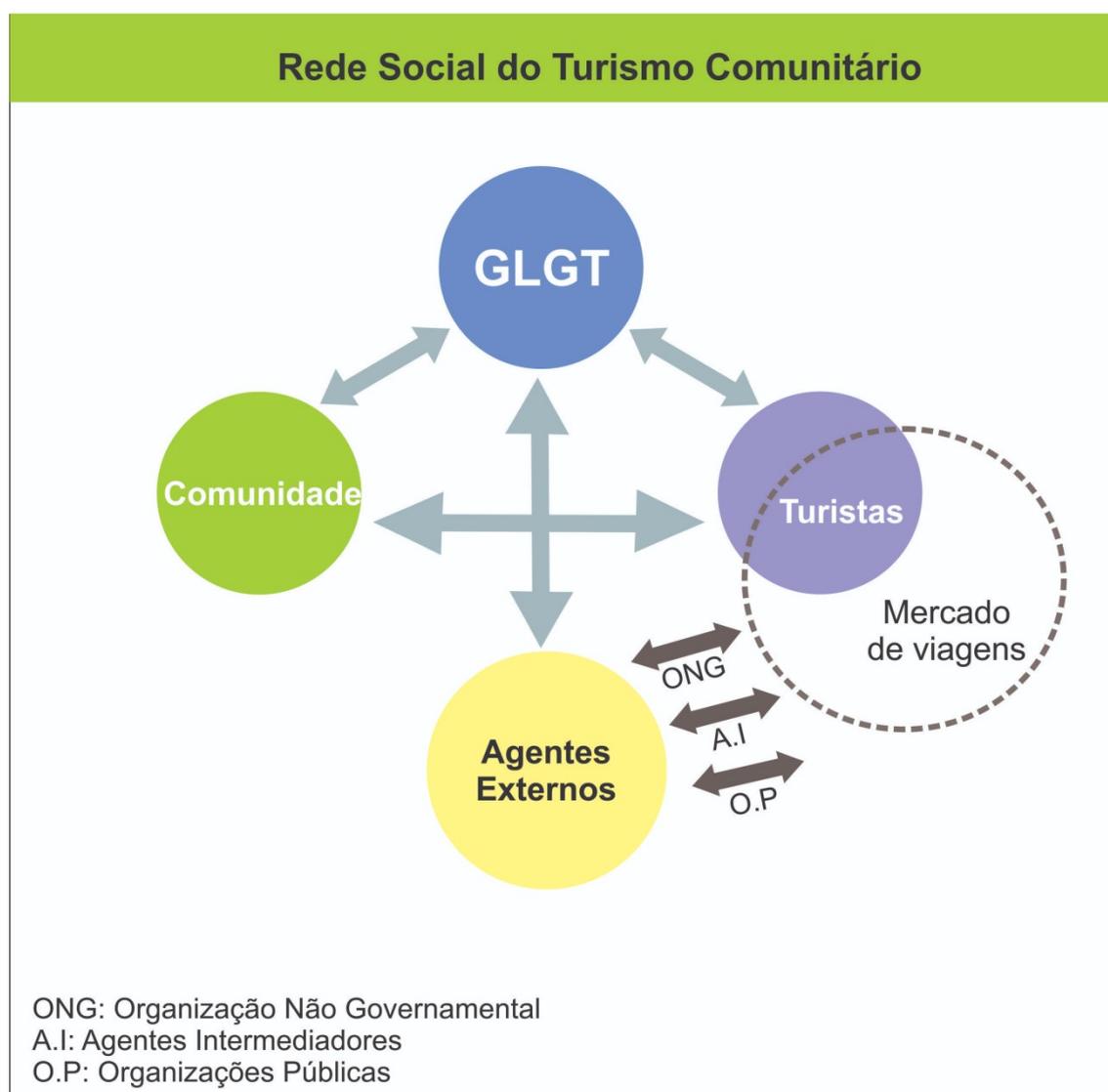
retribuídos” (MAUSS, 2017, p. 193), Desse modo, o autor desvelou o princípio que rege a troca de presentes: a ação aparentemente livre e gratuita, e no entanto, obrigatória e interessada.

Assim, a dívida na perspectiva de Mauss (2017, p. 194), é um tipo de prestação, que assume a forma do regalo, de “presente oferecido generosamente” ainda que nesse ato de oferta se observe “somente ficção, formalismo e mentira social, e quando há, no fundo, obrigação e interesse econômico”. Sendo assim, utilizo a concepção de dívida de Mauss (2017) para analisar como se dá o caráter ambivalente das dívidas, ora como atos desinteressados, ora como atos interessados, nas trocas estabelecidas para a oferta do turismo em Anã e Coroca.

Como um fenômeno social complexo, o turismo articula relações entre diferentes agentes sociais, favorecendo a troca de dívidas ambivalentes. As dívidas econômicas são os produtos e serviços turísticos. Estes são compostos pelo patrimônio natural e/ou cultural de uma localidade receptora e mediam uma relação social de compra e venda entre agentes locais e visitantes. Compreendo que há a troca de dívidas no turismo quando agentes locais trocam produtos e serviços turísticos, por dinheiro oriundo de turistas. Essa relação de dívida que se estabelece, inicialmente, pela via econômica, dá origem, em minha perspectiva, a um complexo sistema social de trocas múltiplas, especialmente observado no ambiente comunitário das duas comunidades analisadas.

Esse intercâmbio relacional de dívidas por meio do turismo, cria uma estrutura de rede social (WELLMAN; BERKOWITZ, 1991) interdependente, sem a qual a experiência de turismo não acontece na comunidade. Essas relações interconectadas formam o que chamo por *Rede Social do Turismo Comunitário* (RSTC), que está representada na figura 69, na próxima página:

Figura 69 – Rede Social do Turismo Comunitário.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A leitura da figura permite identificar que a RSTC conecta cinco grupos de agentes sociais: *GLGT*, *comunidade*, *turistas*, *agentes externos*, que aqui são representados por organização não governamental, agentes intermediadores e organizações públicas e, o *mercado de viagens*, que envolve empresas de turismo, empresas de serviços, destinos turísticos e os turistas. As setas ligam os grupos que estabelecem relações de trocas de modo bidirecional.

Essas trocas instituem alianças entre os grupos sociais acima relacionados, em ambientes distintos de trocas. Segundo Mauss (2017) as alianças são responsáveis pela organização de diferentes *esferas sociais* (LANNA, 2000), sendo assim, posso dizer que o turismo comunitário é um campo social de gestão de esferas sociais, uma vez que muitas alianças são estabelecidas entre os agentes sociais envolvidos com essa atividade. Nessa condição, o TC assume a estrutura de

um *fato social total* na concepção de Mauss (2017) e, por isso, dever ser analisado pelas características de suas *prestações*, ou seja, das dádivas trocadas entre os grupos sociais que o compõe.

Pelo exposto, proponho como caminho metodológico de análise das prestações trocadas no STC, a “etnografia da troca”, proposta por Marcos Lanna (2000, p. 176). Por este termo, o autor enfatiza a necessidade de compreender “como as *trocas* são *concebidas e praticadas* nos diferentes *tempos e lugares* [...]” (LANNA, 2000, p. 175, grifo nosso), a fim de se conhecer as diferentes formas de sociabilidade fecundadas pela dádiva.

Em função de ter identificado em campo que as trocas de dádivas e reciprocidade, e por conseguinte, as alianças ocorrem por variadas interações entre os grupos sociais que integram a RSTC, elaborei a categoria *ambientes de trocas* para desenvolver a *etnografia da troca*, e por essa via compreender o turismo comunitário como uma rede de sociabilidades. Assim, informo que a análise está organizada em cinco ambientes de trocas, conforme apresentado no quadro 4 a seguir:

Quadro 4 – Ambientes de trocas criados pelo turismo comunitário.

1º	GLGT	Comunidade
2º	GLGT	Turistas
3º	GLGT	Agentes externos (ONG, entidades públicas, agentes intermediadores)
4º	Turistas	Comunidade
5º	Agentes externos	Mercado

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O primeiro resultado a destacar é a constatação de que todas as relações de dádivas no ambiente comunitário são estabelecidas a partir da ação de um grupo de lideranças comunitárias responsável pela gestão local do turismo, o GLGT. Em ambas as comunidades analisadas, observei que o GLGT institui três ambientes de trocas com os seguintes agentes: comunidade, turistas e agentes externos (ONG; entidades públicas; agentes intermediários) e, com cada agente externo, o grupo

possui um tipo de troca. Além disso, diagnostiquei que o turismo comunitário gera mais dois ambientes de trocas independentes. Um representa as dídivas trocadas entre os turistas e a comunidade, e o outro, representa as relações de trocas de alguns agentes externos com o mercado.

A etnografia da troca desenvolvida nos cinco ambientes diagnosticados demonstrou que embora o GLGT seja constituído por agentes comunitários, ele não representa toda a comunidade receptora. Desse modo, as relações de dídivas que ele estabelece com os turistas, está em um patamar diferente das relações que os turistas criam com as populações locais. Essa assimetria tem repercussões na distribuição do poder e nas relações internas no lugar. Mas ambas são relevantes e constituem ambientes de trocas distintos, e complementares para a oferta da experiência turística em comunidades.

Importante também destacar que, ainda que o GLGT esteja presente na maior parte dos ambientes de trocas, ele não se relaciona diretamente com o mercado, dependendo de agentes externos para a comercialização do produto Turismo Comunitário. Isso ocorre porque as comunidades analisadas ainda não estão preparadas para negociar com o mercado, de forma autônoma e segura. Pelo exposto, constatei que os ambientes de trocas de dídivas possuem relações de interdependência com a finalidade turística, funcionando como um sistema complexo.

Compreender a dídiva como um mecanismo que gera sociabilidades em rede pressupõe entendimento de que os seres humanos estão em constantes trocas de interesses, pois, de acordo com o Mauss (2017), em função da expectativa de retribuição, o ato de dar não é um ato desinteressado. Quem dá sempre aguarda o momento oportuno para receber o retorno, material ou espiritual, do ato praticado. Nesse sentido, a dinâmica do dar-receber-retribuir não finda, colocando a *coisa dada* em constante circulação. Esse é o ciclo do sistema de dídivas. Logo, pensar o turismo comunitário nesse processo e seus efeitos no lugar, ratifica sua condição de fenômeno social complexo, que promove a circulação de bens intangíveis como *coisa dada*, na medida em que o produto vendido por populações locais e adquirido por visitantes está estruturado em sonhos, desejos, expectativas, aspirações, sentimentos que só podem ser doados, recebidos e retribuídos através das relações entre humanos.

Segue abaixo a etnografia da troca por ambiente de troca, e por comunidade quando houver necessidade de abordar cada ambiente endógeno separadamente.

4.3.1 Primeiro ambiente de troca: GLGT e comunidade

Nesse ambiente de troca, as comunidades analisadas estabelecem relações distintas.

Em função da comunidade Anã ser anfitriã desde 2008/2009, de um projeto de turismo comunitário de *base comunitária* idealizado pela ONG PSA, os agentes comunitários não têm autonomia na gestão da atividade turística em seu território, desse modo, o GLGT assume mais a função de um representante da administração da ONG no lugar, do que de um grupo articulador dos interesses da comunidade. Por isso, o GLGT estabelece uma relação hierárquica com a comunidade em geral, na qual ele é o beneficiário direto do turismo gerido pela ONG, e o gestor dos beneficiários indiretos, que são os comunitários prestadores de serviços em geral e fornecedores de insumos para o empreendimento turístico.

O GLGT de Anã se beneficia nessa relação de forma direta de duas maneiras:

a) Benefícios econômicos diretos – eles recebem pagamentos por diária de trabalho em diferentes tarefas, que vão desde a recepção de grupos ou pessoas, até serviços gerais no empreendimento turístico;

b) Poder político – eles representam a *comunidade* para o turista, e para todas as ações que fazem referência ao turismo em Anã, como projetos de desenvolvimento, ações de divulgação da iniciativa de turismo. Esse poder também se constitui pelo fato desse grupo ter a responsabilidade de mobilizar e contratar as famílias que trabalham diretamente com o turismo, e as famílias que se beneficiam indiretamente da atividade turística em Anã, vendendo os alimentos que produzem localmente.

A comunidade em geral oferece três tipos de dádivas nessa troca, que por serem remuneradas, podem ser interpretadas como *dádivas modernas* (LANNA, 2000), quais sejam: venda de sua mão-de-obra para as atividades na hospedaria e restaurante, venda de alimentos produzidos localmente (peixe, horti-fruti, galinha, mel, etc.), exposição guiada para conhecer a criação de tambaqui em tanque-rede,

conhecido como projeto Mulheres Sonhadoras de Anã em Ação (MUSA), e o meliponário de criação de abelhas nativas sem ferrão.

As pessoas que vendem sua mão-de-obra para o empreendimento turístico também são consideradas beneficiárias diretas do turismo, uma vez que são remuneradas de modo diretamente proporcional ao fluxo de visitação turística. Ou seja, de acordo com o volume de turistas, a renda obtida aumenta ou diminui.

As famílias que produzem alimentos na comunidade, como o peixe, horti-fruti, galinha, mel etc., são consideradas beneficiários indiretos do turismo, pois sua produção não é consumida exclusivamente pelos turistas. Assim, parte dos produtos   vendida na comunidade e parte ao empreendimento turístico.

Para representar os elementos dessa troca, o quadro 5 mostra as prestações envolvidas, e a condição de cada agente social nessa relação de dádiva.

Quadro 5 – Relações de dádivas entre o GLGT e a comunidade An .

Agentes envolvidos na troca e relação hierárquica	Qual a dádiva ofertada; prestações	Condição de cada agente social na relação
GLGT ↓	Paga em dinheiro por: - mão de obra para serviç�os gerais; - insumos produzidos no lugar (peixe, horti-fruti, galinha, mel, etc.); - visita guiada a projetos.	Beneficiários diretos do turismo: - GLGT; - Trabalhadores do empreendimento turístico.
Comunidade em geral	- Vende sua mão-de-obra e insumos locais.	Beneficiários <u>in</u> diretos do turismo: - Prestadores de serviç�os e fornecedores de insumos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Em relação a comunidade Coroca, identifiquei que o GLGT ao ser formado em julho/2017, foi constituído por representantes das famílias moradoras do lugar. Segundo Odinaldo dos Santos Pereira, ele foi pessoalmente em cada casa convidar os comunitários, no entanto, nem todas as famílias disponibilizaram um membro para integrar o GLGT, pois alegaram falta de tempo - por seus provedores serem funcionários públicos – ou falta de interesse, o que foi respeitado pela comunidade. Sendo assim, o grupo possuía no momento da pesquisa de campo (julho/2019) 13 (treze) *sócios*, assim denominados pela coordenadora do turismo Luziete da Silva Correa. Importante ressaltar que a comunidade possui apenas 17 famílias, e que a maioria está envolvida com o turismo, seja como sócio do GLGT, prestador de

serviço a esse grupo, ou fornecedor de insumos locais para o restaurante comunitário.

Pelo exposto, o GLGT é um grupo formado por comunitários de Coroca que se *associaram* para ordenar a prestação de serviços turísticos pela comunidade, e dessa forma, melhorar a arrecadação financeira proveniente dessa atividade. Essa organização de forma associada pode ser constatada na fala de Luziete da Silva Correa a seguir:

A gente tem tipo uma tabela, pra ver quanto é que tem, por exemplo, se eu já ganhei mil e pouco, aí os outros 13 sócios tem que chegar ao meu nível com os mil e pouco ne, tipo 1100 aí os outros 13 vão ter que chegar 1100 junto comigo, todo mundo tem que tá junto ali, pra dividir de forma igual o trabalho e o lucro também ne (grifo nosso)⁵⁵.

Na fala da liderança se destaca a preocupação em dividir, de forma igualitária entre os sócios do GLGT, o valor arrecadado pelo restaurante comunitário, bem como o trabalho gerado por esse negócio. A tabela, a qual Luziete se refere no início dessa fala, é um instrumento importante na gestão do GLGT, pois ela garante que o trabalho do grupo está sendo desenvolvido de modo equitativo, conforme consta nesse relato:

quando a gente faz a reunião assim, no final da temporada ne, o que dá de dividir a gente divide ne pra todo o grupo, tem uns que estão mais atrasados a nível de trabalho, mas a gente divide igual, faz uma forma que todo mundo saia satisfeito ne [...]aí a gente ver as pessoas que tão mais atrasadas na tabela ne, aí vai pra lá e faz o almoço, mas as vezes na baixa temporada..., eu tomei a iniciativa, porque tinha alguém que estava abaixo na tabela e tinha uns que tava mais alto, mas como na baixa temporada todo mundo necessitava, às vezes aí vinha ne, de vez em quando tava vindo pessoas, aí eu dei um jeito de montar uma escala onde todo mundo podia ganhar o seu dinheiro, mesmo ele estando na frente ou estando atrasado né [...] (grifo nosso).

Essa organização é muito importante para a sustentabilidade socioeconômica do turismo na comunidade, porque ao promover a confiança na equidade do trabalho, a gestão do GLGT fortalece a cooperação e os vínculos sociais entre os seus integrantes, o que gera, conseqüentemente, a melhoria na prestação dos serviços aos turistas. Além do mais, a ordenação do trabalho do GLGT tem forte impacto na estrutura socioeconômica de Coroca, uma vez que ele passou a contratar como *prestador de serviço* as pessoas que não são sócias do grupo. Sobre

⁵⁵ Luziete da Silva Correa. Entrevista. *Op. Cit.*

essa questão Luziete afirma que há uma diferença de valor pago por diária, para quem é sócio, e para quem não “é de dentro do grupo”:

tem vezes que a gente pega pessoas que não é sócio, quando é esse período que dá bastante pessoas né, então a gente pega pessoas que não é de dentro do grupo né, e a gente concordou de pagar, não o que paga tipo R\$ 50,00 para quem é um sócio, mas aí a gente dá R\$ 30,00, R\$ 40,00 para pessoa que vai lá prestar serviço, é prestação de serviço para o grupo (CORREA, LUZIETE, 2019, grifo nosso)⁵⁶.

Essa narrativa denota o surgimento de uma relação orientada pelo princípio da *mais-valia* do sistema capitalista entre o GLGT e a comunidade, pois os *não-membros* do grupo recebem menor remuneração pelo mesmo trabalho executado pelos *membros*. Por meio desse contexto também são estabelecidas relações de hierarquia e poder, pois os sócios do GLGT assumem a função de *patrão* e os prestadores de serviços a posição de *empregados*, o que provoca conflitos nas relações interpessoais, e compromete o desenvolvimento de uma comunidade.

Portanto, ao mesmo tempo que o GLGT de Coroca é dotado de poder endógeno que emana dos próprios comunitários, posicionando-se como um grupo autônomo no STC do lugar, em contraposição ao GLGT de Anã que se encontra em posição subalterna a uma entidade exógena, ele assume uma postura hierárquica com a comunidade, estabelecendo uma dívida assimétrica que compromete um dos principais princípios do turismo comunitário, que é a distribuição igualitária dos benefícios entre a comunidade. O posicionamento dicotômico do GLGT ainda se torna mais prejudicial ao turismo local quando ele define que o grupo está fechado para a entrada de novos *sócios*, como informado por comunitários durante a pesquisa de campo em julho/ 2019.

Sendo assim, o quadro 6 mostra a relação horizontal e vertical que o GLGT estabelece com a comunidade, uma vez que ele é, simultaneamente, um grupo provedor de relações de dívidas simétricas e positivas entre os membros que o compõe, e provocador de dívidas assimétricas e negativas entre a população local de Coroca.

⁵⁶ *Ibidem*

Quadro 6 – Relações de dívidas entre o GLGT e a comunidade Coroca.

Agentes envolvidos na troca e relação hierárquica	Qual a dívida ofertada; prestações	Condição de cada agente social na relação
Comunidade → GLGT ↓	Organização societária envolvendo parte da comunidade. Pagaem dinheiro por: - mão de obra para serviços gerais; - visita guiada a projetos.	Beneficiários diretos do turismo: - GLGT.
Comunidade em geral	- Vende sua mão-de-obra e insumos locais (artesanato e mel).	Beneficiários <u>indiretos</u> do turismo: - Prestadores de serviços e fornecedores de insumos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Outrossim, ao oferecer o serviço de refeição no almoço, que aumenta a permanência dos visitantes na comunidade, o GLGT tem o potencial de se tornar o maior divulgador dos insumos locais por meio da exposição de produtos no salão do restaurante, como o artesanato local, e ainda através da inclusão de frutas regionais nas receitas gastronômicas. Essa troca, que ainda não acontece no ambiente endógeno de forma regular, poderia se tornar uma oportunidade de dívida simétrica positiva entre o GLGT e a comunidade, e dessa forma, melhorar e fortalecer a relação entre esses agentes sociais do STC de Coroca.

4.3.2 Segundo ambiente de troca: GLGT e turistas/visitantes

Esse é um dos ambientes onde as trocas mais importantes do STC acontecem, pois é o primeiro contato dos turistas e visitantes com as comunidades receptoras.

É importante esclarecer aqui que a comunidade Coroca somente recebe visitantes de um dia, enquanto a comunidade Anã recebe visitantes e turistas, ou seja, as pessoas que pernoitam no lugar. Essa informação é relevante para entender as circunstâncias do contato e, portanto, as trocas de dívidas entre quem chega e quem recebe. Então, comecemos essa análise por Coroca.

Os visitantes que chegam a Coroca têm muito expectativa com o lugar, que é divulgado como a única comunidade da região que cria tartarugas da Amazônia. Portanto, eles chegam ávidos por informações sobre os diferenciais comunitários, e geralmente, estão muito atentos a tudo que recebem porque são avisados pelos

guias que os levam sobre o tempo limitado de visita. O passeio pela comunidade envolve a visita ao lago das tartarugas, o apiário de abelhas nativas e a lojinha de artesanato local.

Durante a pesquisa de campo, tive a oportunidade de acompanhar a visita de um grupo de pessoas oriundas de Santarém, e outro grupo composto por turistas nacionais. Com base nessa observação, percebi que os condutores locais de passeios não possuem um discurso afinado sobre informações básicas da comunidade, como: localização da comunidade em território extenso e legalmente protegido pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA); número de famílias e pessoas residentes no território comunitário; formas de subsistência dessa comunidade tradicional; origem e significado do nome Coroca; diferenciais naturais presentes no território, como frutas regionais, flora e fauna endêmicas, inclusive com apresentação da palmeira nativa *tucumã*, que é a matéria-prima do artesanato local; rotina de criação das tartarugas da Amazônia, entre outras.

Embora as informações relacionadas acima pareçam simples e fáceis de serem repassadas aos visitantes, percebi que muitas delas são *esquecidas* pelos guias porque eles não possuem um roteiro para conduzir essas visitas. Ainda que eu compreenda que a comunidade receptora deva ter espontaneidade na troca com os visitantes, e que isso possa gerar uma interação mais genuína, também é relevante atentar que essa troca é mediada pelo capital, pois a comunidade cobra R\$ 20,00 por pessoa para fazer o passeio. Assim, ao pagar por um serviço, os visitantes criam a expectativa em receber o retorno do investimento financeiro. Portanto, nesse tipo de dívida atravessada pelo capital, a comunidade deve preocupar-se em oferecer um serviço mais ordenado, e no caso, um simples roteiro ajudaria a alcançar o objetivo. A mesma situação foi identificada na comunidade Anã, para a qual faço as mesmas sugestões.

Outro aspecto relevante identificado em Coroca foi a ausência da oferta de experiências sensoriais aos visitantes, que no caso dessa comunidade poderia ser a degustação de frutas regionais, degustação de mel de abelha nativa, e a confecção de peças artesanais simples. Todas essas experiências têm o potencial de gerar memórias positivas com o lugar e aumentar o ganho simbólico na interação com a população local.

Observei que a comunidade possui muitas árvores frutíferas, e os visitantes demonstram curiosidade e interesse em conhecê-las, provar o sabor específico e receber essa dádiva da natureza amazônica. Entretanto, como essas experiências não possuem significado extraordinário aos *olhos* do morador local, pois já integram seu modo de vida, ele não percebe a importância de destacar esses elementos e proporcionar essas vivências ao visitante. Portanto, essa é uma questão muito relevante para ser trabalhada pela comunidade nessa troca.

Sobre os visitantes de um dia da comunidade Anã, destaco que eles não visitam a vila comunitária porque não está na programação das empresas turísticas que os conduzem, assim, eles são levados até o local, somente para almoçar, pois estão passeando por outras comunidades da região. Nessa relação de troca, constatei muitas limitações, pois o GLGT não apresenta a comunidade, nem por exposição oral, uma vez que está ocupado em gerenciar as refeições e atender bem os visitantes, e esses, por sua vez, saem do lugar sem referências mínimas sobre Anã. Esse tipo de troca puramente capitalista não favorece o turismo na comunidade, que perde a oportunidade de estabelecer maior vínculo com o visitante e cativá-lo para uma relação turística futura, tendo em vista sua estrutura comunitária de hospedagem coletiva.

No curso da pesquisa de campo, tive a oportunidade de conhecer um casal de visitantes em Anã que já havia tido a experiência com Coroca, e aceitou responder um formulário por e-mail. Ao serem questionados sobre como qualificariam os passeios, e se eles atenderam às suas expectativas ou foram insatisfatórios, recebi o seguinte relato de S. A. Binato e U. R. Serejo:

O passeio à Coroca foi muito mais interessante, uma vez que pudemos conhecer as atividades da comunidade. Em Anã, sentimos falta de um convite para conhecermos as atividades realizadas pela comunidade. Ficamos mais focados no almoço. Coroca, superou nossas expectativas. Anã, deixou a desejar (grifo nosso)⁵⁷.

O exposto denota que mesmo sendo visitantes de um dia, as pessoas desejam interagir mais com a comunidade, não ficando restritas ao contato com um pequeno grupo de pessoas que presta um serviço, como o de refeição. Nesse sentido, as comunidades devem estudar melhor seus visitantes, ouvir suas

⁵⁷ S. A. Binato; U. R. Serejo. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA (APÊNDICE A).

necessidades, desejos e expectativas a fim de criarem estratégias que agreguem valor às relações com os agentes exógenos que estão de passagem.

A relação entre o GLGT e os turistas não acontece no ambiente de Coroca porque ela ainda não recebe pessoas para pernoitar em função de não possuir estrutura de hospedagem. Essa é uma relação de troca no turismo que será estimulada por esta pesquisadora no curso do projeto de pesquisa *Turismo comunitário, autogestão e tecnologias sociais em comunidades tradicionais amazônicas, um estudo de caso em Coroca e Anã, Santarém/Pará*. A ideia é que em um futuro próximo, Coroca possa começar a receber turistas para pernoitar na casa dos comunitários que já estão preparando suas estruturas domésticas para ofertar hospedagem simples, mas aconchegante, agregando serviços de experiências mais interativas entre turistas e moradores, com maior potencial de arrecadação financeira para a comunidade.

A relação do GLGT com os turistas de Anã será analisada no quarto ambiente de troca, que se refere aos turistas e a comunidade.

4.3.3 Terceiro ambiente de troca: GLGT e agentes externos

Nesse ambiente de troca, as comunidades estabelecem relações distintas com os agentes externos, por isso serão analisadas separadamente.

Na comunidade Anã, o principal agente externo que estabelece relação com o GLGT é a ONG PSA. Por meio da troca, o GLGT oferta à ONG toda a operação local dos roteiros vendidos aos turistas por aquela entidade, assim, os comunitários recepcionam os turistas; acompanham os visitantes nas atividades locais; gerenciam a hospedaria e o restaurante, e finalmente, embarcam os turistas de volta ao destino de origem.

Da sua parte, a ONG oferta para a realização da iniciativa de turismo em Anã, o apoio técnico, financeiro e de mercado. Ela é responsável por captar o turista no mercado nacional e internacional e organizar sua logística até a chegada à comunidade. O quadro 7 mostra que há uma relação hierárquica da ONG para o GLGT.

Quadro 7 – Relações de dídivas entre o GLGT de Anã e Agentes externos.

Agentes envolvidos na troca e Relação hierárquica	Qual a dívida ofertada; prestações	Condição de cada ator social na relação
ONG	Apoio técnico, financeiro e de mercado para o desenvolvimento da experiência.	Colonizador
↓ GLGT	Operação local de turismo: recepção dos turistas; gerenciamento da hospedaria e restaurante; realização do roteiro vendido pela ONG.	Colonizado

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Considero essa relação como dívida assimétrica, pois desde que iniciou suas atividades na comunidade Anã, em 2008, a ONG estabeleceu uma relação de dominação e dependência com o GLGT, que ainda permanece atualmente. Por isso, aponto no quadro 7 que a ONG está na condição de colonizador e o GLGT de colonizado.

Ao longo desses 10 anos, a ONG captou recursos para financiar a hospedaria comunitária de Anã (que oferece hospedagem em uma maloca/redário, e restaurante); realizou treinamento da mão-de-obra local para trabalhar com o turismo; idealizou o produto que denomina *Turismo de Base Comunitária* e tornou-se o único agente distribuidor no mercado, haja vista que não permite que agências de turismo, nem a própria comunidade intermedeie a relação comercial com o consumidor-turista.

Como o turismo vem crescendo na comunidade (ASSIS, 2017), e isso movimenta a economia local em diferentes aspectos, os comunitários enxergam a ONG como uma entidade provedora de recursos que eram escassos ou até inexistentes no cenário local. Nesse contexto, a comunidade Anã não considera ainda a possibilidade de assumir maior grau de controle e gestão do turismo, no sentido de melhorar uma relação de dídivas que se apresenta, por ora, hierarquizada e relativamente desfavorável.

É importante ressaltar que a relação comercial entre os agentes deste ambiente de troca é assimétrica, pois o valor que a ONG repassa à comunidade como *prestação* (MAUSS, 2017) pelos serviços realizados é desproporcional diante do valor que ela lucra com o valor do pacote pago pelos turistas. Para ilustrar essa

questão, informo que em agosto de 2016, adquiri um pacote individual, de quatro dias e três noites por R\$ 950,00, com estadia, alimentação e visitas aos projetos locais.

Desse montante, constatei por meio das entrevistas realizadas com os membros do GLGT, que a TURIARTE, corresponsável pela gestão financeira dos pacotes, diz que repassa à associação comunitária local, Associação de Produtores Rurais de Anã (APROANÃ), aproximadamente R\$30,00 (trinta reais) por pacote vendido, com a finalidade desse dinheiro ser aplicado na comunidade. Além disso, a TURIARTE também afirma que paga R\$ 20,00 (vinte reais) para o projeto de criação de peixes em tanque-rede, e R\$ 15,00 (quinze reais) para o projeto de criação de abelhas sem ferrão. Portanto, cada pacote gera, em minha concepção, de modo direto para a comunidade apenas R\$ 65,00 (sessenta reais).

É importante informar que no valor do pacote está incluso a contratação de mão-de-obra local e aquisição de alimentos produzidos localmente, entretanto, a presidente da TURIARTE (Entrevistado 2), afirmou que não possui uma planilha de contabilidade para registrar o efeito multiplicador do dinheiro auferido pelo turismo, ou seja, ela não sabe dizer quanto cada pacote turístico gera, de modo direto e indireto, para a comunidade. Nesse sentido, causou-me estranhamento, quando o produtor de mel Auvair Godinho deu a seguinte declaração:

[...] tem vez que vem grupo grande e deixa assim de vinte mil reais, trinta mil, e esse dinheiro fica todo aqui na comunidade, circula todo aqui, não precisa assim comprar material de outras comunidades, então esse dinheiro circula todo aqui na comunidade, e a gente percebe que mudou muito, que hoje em dia, aqui na comunidade, por exemplo, todo final de semana, se tiver algum movimento aqui, se tiver venda de bolo, suco, isso aí vende rapidinho aqui na comunidade porque esse turismo com certeza traz algum recurso *pras (sic)* pessoas terem dinheiro todo final de semana. Antes não, como meu pai falava, antes não, era muito difícil, por exemplo, colocasse uma venda aí e vender tudo *(sic)*⁵⁸.

Diante o exposto e para compreender como o dinheiro circula em Anã, perguntei ao presidente da APROANÃ, sobre quais ações são desenvolvidas na comunidade com o dinheiro repassado pela TURIARTE. Ele informou que desconhece o montante citado pelo Auvair Godinho, bem como não sabe dizer quanto a TURIARTE já repassou para sua entidade, pois não há prestação de contas periódicas entre ambas, nem controle de fluxo de caixa. Por sua vez, como

⁵⁸ Auvair Godinho. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

presidente da associação comunitária local, ele demonstrou omissão no controle do fluxo de turismo, pois afirmou não ter a contabilidade de quanto sua entidade deveria ter recebido da TURIARTE. Essa mesma realidade foi observada na associação de criadores de peixes.

Desse modo, constatei em Anã, o postulado de Mielke (2009, p. 26), quando afirma que “comunidades não possuem, por questão de sua própria realidade, conhecimentos amplos acerca das consequências – impactos positivos e negativos – da atividade turística”. Especificamente na comunidade Anã, o fato de as associações locais não perceberem que são corresponsáveis no processo de controle de entrada e saída de visitantes, está gerando a perda de arrecadação de renda. Assim, toda a comunidade é prejudicada, pois deixa de receber projetos sociais que poderiam ser desenvolvidos com os recursos provenientes do turismo.

Outro aspecto importante dessa relação de troca é que a ONG atua de modo insuficiente, no que tange à transferência de conhecimentos capazes de favorecer a independência da comunidade na gestão do turismo em seu território. Embora o GLGT esteja capacitado nas rotinas operacionais da experiência turística, ele não tem condições técnicas de acessar o mercado, seja pelo desconhecimento de seu funcionamento e como operar nele, seja porque a comunidade não possui torre de comunicação para instalação de internet no local.

Fica evidente que a relação entre a ONG e a comunidade está estruturada de modo a manter a subordinação desta, o que expressa uma relação típica da colonialidade do poder, pautada em outra relação de subjugação, que é a colonialidade do ser. Exemplo disso é a percepção de Davide Pompermaier⁵⁹ sobre a incapacidade de os agentes locais gerirem a atividade turística em seu território:

Anã não cresce mais ainda porque não dá conta, porque você tem trabalhadores rurais, extrativistas, que tem outras atividades que se viram tocando também isso. Quando o ritmo de movimento aumenta, eles entram um pouco em pânico⁶⁰.

Pelo exposto, concluo que o próprio GLGT não se considera habilitado para gerir a atividade como um todo, e tampouco reivindica maior participação e conhecimento no processo. Sendo assim, para que a experiência possa ser

⁵⁹ Davide Pompermaier está vinculado ao Projeto Saúde e Alegria como gestor executivo do projeto *Ecoturismo Comunitário* desde sua implantação em 2008.

⁶⁰ Davide Pompermaier. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

identificada como Turismo de Base Comunitária, ou Turismo Comunitário - termo de minha preferência – é imprescindível que a comunidade se prepare para assumir o controle da gestão do turismo, a fim de alcançar a autonomia necessária para se desvencilhar de relações de poder.

Sobre a comunidade Coroca, a relação com agentes externos está centrada em entidades públicas, como a Secretaria Municipal de Turismo de Santarém, que especialmente no ano de 2019, inseriu a comunidade em matérias jornalísticas de blogueiros de viagens, e com a Associação de Turismo Fluvial de Alter do Chão (ATUFA) que leva visitantes até Coroca por meio de passeios de lancha pelas comunidades da região. Essas duas relações de dádivas são muito importantes para Coroca, porque a comunidade fica muito distante da área urbana de Santarém, o que lhe impede de ter sinal de internet para comunicação virtual com os interessados em conhecê-la.

Os integrantes da ATUFA, também conhecidos por *lancheiros* porque conduzem as lanchas de passeios pela região, são os principais intermediadores comerciais de Coroca em Alter do Chão. Isso quer dizer que, são eles que viabilizam o turismo na comunidade, pois ela não possui meios de captar visitantes no mercado de viagens. Portanto, ao intermediar a relação com os visitantes, os *lancheiros* ofertam a Coroca a dádiva que sustenta o turismo na comunidade, transformando-se em parceiros fundamentais para a sustentabilidade do negócio turístico local. No entanto, ao mesmo tempo que essa relação é positiva para Coroca, também a coloca em posição de dependência, o que compromete sua autonomia na gestão local do turismo.

A estratégia para Coroca aumentar sua independência comercial é buscar apoio público para instalar sinal de internet na comunidade, e assim provê-la de acesso a comunicação virtual. Em paralelo, a comunidade precisa se qualificar para estabelecer posicionamento de seu negócio no mercado de viagens. Essa ação também está entre as metas do projeto de pesquisa *Turismo comunitário, autogestão e tecnologias sociais em comunidades tradicionais amazônicas, um estudo de caso em Coroca e Anã, Santarém/Pará*.

4.3.4 Quarto ambiente de troca: turistas e comunidade

Nessa troca, os turistas apresentam uma suposta superioridade cultural em relação à comunidade, por isso compreendo que eles estabelecem relação hierárquica com Anã, como mostrado no quadro08.

Quadro 8 - Relações de dádivas entre os turistas e a comunidade Anã.

Agentes envolvidos na troca e Relação hierárquica	Qual a dádiva ofertada; prestações	Condição de cada ator social na relação
Turistas ↓	Dinheiro para pagar por produtos locais; Interação cultural.	Suposta superioridade cultural.
Comunidade em geral	Venda de produtos locais; Interação cultural.	Suposta inferioridade cultural.

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

O interesse dos turistas para os comunitários é simbólico. Eles almejam conhecer a cultura ribeirinha e o modo de viver de populações tradicionais que habitam a comunidade. Chegam à Anã com a expectativa de ter contato com uma cultura mais *genuína* e *autêntica*, haja vista que foram persuadidos por propagandas que exaltam o caráter *exótico* do *povo da floresta* (ASSIS, 2017). Eles tendem a se sentir superiores, culturalmente, em relação aos habitantes locais, pois, a partir do olhar da cultura *moderna* na qual estão inseridos, eles enxergam o *modus vivendi* amazônico como *atrasado*, não moderno, subalterno. Essa suposta superioridade cultural denota a assimetria nesta relação. Além disso, pode justificar maior curiosidade dos turistas, e desejo em interagir com os habitantes ribeirinhos da Amazônia. O interesse do visitante ficou evidente no depoimento de uma turista italiana:

Eu gosto de vir aqui porque eu gosto de ver a realidade das pessoas que vivem aqui, que não é somente onde vivem, o que fazem, mas também eles, a pessoa, então eu gosto de falar, de ver o que pensa, do que conhece do resto do mundo, do que gosta de fazer, de jogar e de rir

também, então mais do que fazer coisas em silêncio, gosto mais de falar com uma pessoa, de interagir ⁶¹.

É importante destacar que a turista demonstra interesse em conhecer o *mundo* particular da pessoa que ela vir a encontrar, e também o desejo de compartilhar atividades lúdicas, como jogar e rir. Essa turista possuía experiências em visitas a comunidades africanas e relatou que viveu momentos de muita interação com crianças africanas por meio de jogos, e que achou muito *estranho* a falta de vida social entre as crianças de Anã. Esperava encontrar crianças brincando na rua, e se disse *decepcionada* em observar cada família dentro de sua casa, o que ela própria atribuiu à posse de aparelhos de televisão por habitação, fato não observado nas comunidades africanas visitadas por ela.

Ao analisar o fluxo da dívida da comunidade para os turistas, constatei que ele é interessado e desinteressado. O interesse econômico está na necessidade de obter *prestação* financeira em dois aspectos: pela venda dos produtos locais aos turistas; e por ela própria figurar como o fator de atratividade para o turismo, em função de ser a protagonista do *modus vivendi* amazônico. A possibilidade de a comunidade ser considerada atraente para o turista gera um sentimento de orgulho entre seus moradores, o que desperta o desejo em pertencer à rede social do turismo.

O desinteresse econômico está no interesse simbólico, na medida em que os comunitários estabelecem relações culturais com os turistas, percebidas por eles como uma oportunidade de “ampliação” de conhecimentos, como expõe um integrante do GLGT:

Pra mim é tão legal tá trabalhando dessa forma porque eu ganho com a experiência das pessoas que venham (sic), das que tão colaborando com a gente, são culturas diferentes né, vai ajudando a ampliar os conhecimentos, a gente ganha com eles, eles ganham com a gente)⁶².

O depoimento mostra que o comunitário percebe a relação de troca entre a comunidade e os turistas como benéfica, pois ambos saem ganhando. Ressalto que os momentos de interação social propiciam a troca de saberes entre duas culturas

⁶¹ C. Michaela. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

⁶² Audair Godinho. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dívidas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

bem distintas, duas alteridades, promovendo assim, o encontro com o outro, aproximando-os, o que na concepção de Lanna (2000), torna os indivíduos semelhantes.

Por parte da comunidade, essa aproximação com o turista também é uma oportunidade de eles mostrarem que a Amazônia não é só floresta, que existe vida a ser valorizada. As pessoas, que não pertencem à região amazônica, têm uma ideia pré-concebida de que esta parte do território brasileiro é um vazio demográfico. Sobre essa questão, destaco abaixo parte do discurso de uma comunitária:

O povo lá fora pensa que a floresta é só as árvores e os bichos, eles não levam em consideração a 'nossa vida', não levam em consideração nós os ribeirinhos, nós daqui, principalmente do oeste do Pará, que a gente fica no abandono, e aí, vende-se a ilusão de que só existe mato aqui [...] não é só mato [...] tem gente, e muita gente (CEAPS, 2011, p. 15).

Desse modo, apreendi que, embora o contato dos ribeirinhos com os visitantes possa gerar uma suposta inferioridade cultural, pois o modo de vida daqueles é visto como atrasado pelo mundo globalizado, essa mesma oportunidade de interação social, pode produzir elementos que desmistifiquem a imagem pré-concebida que o turista tem do habitante da floresta, e transforme esse encontro num momento único, singular, de dádivas culturais expressivas, e de trocas verdadeiras com o outro. Esse foi o sentimento de uma turista paulista quando afirmou que estava satisfeita com “a qualidade das pessoas” que encontrou, e quando questionada sobre o significado desta “qualidade”, justificou F. C. Faria:

Eu acho que talvez seja um trabalho muito mais de coração e dedicação do que um trabalho comercial puramente, então você realmente encontra com outras pessoas, que eu direi que é uma relação com o ser humano, eu acho que esse tipo de viagem, é uma viagem que você encontra pessoas com o coração aberto mesmo né⁶³.

Pelo exposto, constato que a relação de dádiva entre turistas e comunitários é atravessada por interesses que sobrepujam o econômico. Esses interesses orientam condutas positivas para uma relação interacional de qualidade. Por isso, não observei, nos relatos expostos, animosidades que poderiam ser provenientes da assimetria constatada em relação à suposta superioridade de um lado, e suposta inferioridade de outro. Isto ocorre devido ao interesse, de ambos os lados,

⁶³ F. C. Faria. Entrevista concedida a coleta de dados da pesquisa Turismo comunitário como sistema de dádivas na Amazônia: uma aliança entre reciprocidade e autonomia na gestão local do turismo em Anã e Coroca, Santarém, PA.

estabelecerem uma *vivência cultural* (termo utilizado na mídia para referir-se ao encontro cultural) satisfatória, na qual eles reconheçam benefícios.

Contudo, registro que essa *aparente* harmonia interacional é resultado de um ambiente de *vivência cultural* monitorado pela ONG, pois os turistas não adentram a comunidade sem aquisição de pacotes turísticos, e depois de lá chegarem, não circulam livremente pela comunidade sem o acompanhamento de algum integrante do GLGT, ou de alguém de confiança desse grupo. Além disso, a estrutura de hospedaria fica espacialmente distante da vila comunitária, o que favorece a segregação da comunidade da dinâmica turística.

A pesquisa de campo revelou que os contatos dos visitantes com os anfitriões são mediados por pessoas preparadas para a oferta da experiência turística, excluindo assim, a naturalidade genuína de um contato intercultural. A preparação dos habitantes do lugar visa minimizar a *estranheza* (KINCAID, 2005, grifo nosso) que o modo de ser, agir e/ou falar dos turistas causa nos nativos de um lugar turístico. Kincaid (2005) afirma que os nativos não gostam dos turistas porque estes parecem estranhos aos seus olhos, não só pela aparência física, mas pela forma como se comportam e expressam seus hábitos, o que leva as pessoas do lugar visitado, segundo o autor, a tratar os visitantes com jocosidade.

Essa talvez seja uma justificativa para que a ONG monitore os ambientes de interação sociocultural entre anfitriões e turistas. Nesse contexto, a comunidade perde o protagonismo no destino e a oportunidade de maior troca cultural. Irving (2009) ressalta que a condição para o desenvolvimento do TBC é atuação da comunidade como *sujeito* e não como *objeto* do processo turístico, o que nos leva a concluir que a experiência turística de Anã ainda não pode ser classificada nesse modelo.

Uma forma de sanar essa questão é a comunidade criar momentos interacionais com os turistas, que envolvam suas atividades cotidianas, como fazer roça de mandioca, coletar mel e frutas, retirar peixe da gaiola, entre outras. De posse dessa programação, a comunidade poderia negociar maior participação nos roteiros turísticos.

4.3.5 Quinto ambiente de troca: agentes externos e mercado

A análise desse ambiente de troca está focada na comunidade Anã, pois a relação mais forte de um agente externo comunitário com o mercado de viagens é estabelecida pela ONG PSA, que se relaciona com o microcosmo de Anã.

O agente externo à Coroca que se relaciona com o mercado, no caso, com os visitantes, é a ATUFA, e essa entidade está voltada para a operação turística da demanda espontânea em Alter, não tendo expressividade no mercado de viagens, portanto, não cabe a análise nesse momento. Sobre as relações que a comunidade deve estabelecer com o mercado de viagens, serão analisadas no capítulo 4 desse trabalho.

Compreendo que a ONG PSA estabelece uma relação hierárquica com a TURIARTE. Embora a TURIARTE tenha sido criada como uma entidade associativa para fomentar e comercializar o turismo e o artesanato de sete comunidades da região do Arapiuns/PA, ela ainda não tem condições (técnicas, infraestrutura, pessoal) para acessar o mercado consumidor de forma independente da ONG. Deste modo, sua função restringe-se a responder os contatos virtuais dos turistas captados pela ONG, e operacionalizar os roteiros junto com o GLGT. Nessa condição, a TURIARTE encontra-se na posição de subalterna na relação com a ONG, conforme mostrado no quadro 9.

Quadro 9 – Relações de dádivas entre agentes externos de Anã e o mercado.

Agentes envolvidos na troca e Relação hierárquica	Qual a dádiva ofertada; prestações	Condição de cada ator social na relação
ONG ↓	Apoio técnico e financeiro para a comercialização do turismo em Anã;	superior
TURIARTE	Responder os contatos virtuais dos turistas; coordenar junto com o GLGT a operacionalização dos roteiros.	subalterno

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Como organização não governamental que desenvolve ações sociais na Amazônia há 30 anos (ASSIS, 2017), o PSA tem ampla projeção de mídia, por isso

muitas ações de divulgação dos roteiros turísticos foram associadas à imagem da organização e, desta forma, o turismo ganhou visibilidade, como nos esclarece Davide Pompermaier:

A gente se valeu do fato que o Saúde e Alegria tem historicamente uma boa projeção de mídia, aparece muito na televisão, publicação, em muitas revistas, *nós colamos nisso e fomos divulgando as viagens nesse processo* [grifos nossos], então conseguimos ao longo do tempo ter uma sequência de divulgação mais consistente, e aí ajudou a sair no programa da Regina Casé, saiu no Fantástico, veio Luciano Huck, aí com vários financiadores conseguimos uma matéria na revista da TAM, e agora conseguimos uma matéria na AZUL, então eu consigo ter *post* com 6.000 acessos, não consigo muita gente curtindo a página (*Facebook*), mas na divulgação de viagem tenho 6.000, 7.000 acessos, isso ajuda bastante, então nós optamos por vender direto.

Esse relato demonstra como a iniciativa de turismo em Anã ganhou notoriedade por meio da influência da ONG, e como esse processo possibilitou que a comercialização do produto *turismo em Anã* seja direta com o turista, sem a intermediação de agências de viagens.

A relação direta com o mercado consumidor foi uma postura adotada pelo gestor executivo do projeto de turismo da ONG PSA, Pompermaier, por entender que a “cadeia de distribuição do turismo convencional é muito cara para o brasileiro”⁶⁴. Assim, ele não aceita conceder comissionamento para os intermediários que tenham interesse em enviar turistas para conhecer Anã, pois, de acordo com sua concepção de mercado global (ele é italiano), o mundo mudou e está conectado pela internet. Portanto, os turistas estão mais independentes e não querem pagar mais para adquirir produtos que eles podem acessar sem atravessadores. Sobre essa questão ele afirma que:

A agência me procura e eu digo: esse é o nosso preço, vende teu pacote com o resto, com a pousada em Alter do chão, com os traslados, com hotel, e agrega o resto e inclui o meu lá dentro pra tu poder ganhar o teu, *mas eu não te dou comissionamento, esse é o meu preço*(grifos nossos).

Pompermaier informa que as operadoras convencionais não trabalham vendendo o produto de Anã, e que esse tipo de produto não interessa ao grande público, mas há um nicho mais segmentado de consumidores, que procuram agências de turismo especializadas. Pompermaier também enfatiza, que é mais fácil estabelecer diálogo com agências menores e segmentadas porque elas aceitam a estratégia de compor preço.

⁶⁴ Davide Pompermaier. Entrevista. *Op. Cit.*

Essa estratégia de mercado e esse tipo de parceria foram constatados quando entrevistei uma turista paulista, que informou que chegou à Anã por meio da agência Turismo Consciente, que atua em São Paulo fazendo viagens exclusivamente para a Amazônia. A turista informou que a agência paulista vendeu o roteiro completo até Anã, com tudo incluso, inclusive a alimentação vegetariana solicitada por ela.

Sobre a comercialização, preferencialmente gerenciada de modo independente da cadeia distributiva tradicional do turismo e de modo virtual, e ainda, sem o estabelecimento de alianças com redes colaborativas de turismo comunitário, evidencia-se uma das estratégias da ONG para manter uma relação de dependência assimétrica, com a comunidade. Em virtude de não haver sinal de internet em Anã, esta fica totalmente dependente da estrutura de comunicação que só está disponível em Santarém, no escritório da ONG.

É fato que a ausência de antena de comunicação denota omissão do poder público no provimento de infraestrutura básica. Contudo, é importante reconhecer que se o objetivo da ONG fosse promover a autonomia de Anã sobre o gerenciamento de uma atividade econômica, desenvolvida em seu território, o tempo de 10 anos de assessoria técnica do turismo já teria sido suficiente para implantar instrumentos alternativos de comunicação por telefone e internet na comunidade.

Também deve-se destacar que, embora os membros do GLGT, entre os quais está a presidente da TURIARTE, tenham sido patrocinados pela ONG a viajar para conhecer outras iniciativas de turismo comunitário no cenário brasileiro, a fim de aprender boas práticas, eles não tiveram capacitação para técnicas de comercialização de produtos turísticos no mercado. Por isso, se considerássemos que o problema da comunicação fosse superado, mesmo assim, as lideranças locais não saberiam *vender* Anã como produto turístico, o que se revela mais um entrave no caminho da autonomia comunitária para a gestão da experiência turística.

Pelo exposto, está claro que essa relação de troca está pautada no interesse econômico, no entanto, ele está disfarçado, ou melhor, na concepção de Bourdieu (2011) *camuflado*, pelo discurso da ONG de que o turismo promove a “geração de renda e desenvolvimento territorial”⁶⁵. Além do discurso, o interesse econômico está presente em ações que estabelecem novas formas de colonialidades na Amazônia, como a colonialidade do saber (ASSIS, 2017).

⁶⁵ SAUDEEALEGRIA.ORG.BR. Disponível em: <https://saudeealegria.org.br/>. Acesso em: 20 maio 2019.

Por outro lado, a comunidade Anã aceita os termos dessa relação de dependência porque reconhece que além do ganho de renda extra, o turismo possibilita ganho de capital simbólico pelas trocas culturais. A comunidade também percebe que não têm condições de reivindicar e assumir um maior protagonismo no processo, o que caracteriza uma *colonialidade do ser* (FANON, 2008), ou seja, emana um sentimento de subalternidade por parte dos comunitários.

Essa análise de campo procurou mostrar as várias relações de troca na prática da atividade turística nas comunidades Anã e Coroca, tornando operacional o conceito de dádiva de Marcel Mauss (2017), observadas em seu caráter ambivalente pela noção de interesse de Bourdieu (2011). As iniciativas de turismo analisadas envolvem cinco ambientes de troca, nas quais circulam dádivas/prestações entre agentes internos e externos as comunidades. Assim, concluo que as dádivas trocadas geram interconexões entre os ambientes, que por sua vez conectam os agentes em uma estrutura de rede social necessária para a oferta da vivência turística na comunidade.

A observação das iniciativas de turismo nas comunidades me fez perceber que, além de ser uma atividade econômica, o turismo é, em sua essência, uma ação de dádiva, pois, como atividade relacional entre humanos, exige o estabelecimento de trocas para se efetivar, estabelece vínculos morais entre quem doa e quem recebe dádivas de hospitalidade. Assim, afirmo que o turismo é mais uma forma de praticar a Teoria da Dádiva, de Mauss (2017).

A pesquisa demonstrou que iniciativas comunitárias de turismo demandam articulação de agentes em rede, e para compreendermos como essa rede está estruturada devemos lançar um olhar acurado nos interesses sutis e camuflados que atravessam as relações entre os agentes sociais.

4.4 Recomendações para promover a autogestão turística em Anã e Coroca pela lógica da reciprocidade

A inserção do turismo na dinâmica socioeconômica das comunidades Anã e Coroca ocorreu pela necessidade em delimitar a propriedade comunitária sobre o território, diante a exploração eventual por agentes externos. Esses agentes perceberam o potencial turístico das belezas paisagísticas da região do Arapiuns, e a singularidade da cultura ribeirinha para proporcionar uma experiência de interação

cultural mais *genuína* com turistas, pois ela ainda é interpretada como uma “curiosidade exótica” (GUERREIRO ARIAS, 2010) pela colonialidade do saber predominante no “moderno sistema-mundo”⁶⁶.

De acordo com relatos dos comunitários, em ambas as comunidades investigadas, as primeiras visitas com finalidade turística aconteciam ocasionalmente, de modo desordenado, e sem gerar benefícios econômicos para as populações locais. Diante desse contexto, e sob a iminência de testemunharem a ocupação de seus territórios por grandes corporações turísticas, as comunidades buscaram caminhos para se tornarem as protagonistas das práticas turísticas realizadas em suas terras.

O caminho escolhido por Anã foi estruturado em relações endógenas e exógenas bem distintas daquelas estabelecidas por Coroca nos mesmos ambientes (interno e externo à comunidade). Certamente, são as características desse conjunto de relações que favorece o modelo de gestão do negócio turístico comunitário de Coroca estar alinhado à autonomia comunitária, e o de Anã, ainda não.

Como explicado no capítulo 3, compreendo que é a *reciprocidade* o elemento-chave que possibilita a autogestão turística de negócios comunitários. Assim como identifiquei que essa é a estrutura responsável por gerar uma comunidade com laços sociais mais fortes e, portanto, capaz de gerir negócios coletivos com mais autonomia dos interesses de agentes externos, proponho que a *reciprocidade* seja o princípio que oriente a comercialização do produto *turismo comunitário* no mercado de viagens.

A reciprocidade seria a geradora de princípios éticos para orientar as alianças para comercialização, e posicionamento do produto no mercado. Desse modo, em primeiro lugar, as comunidades devem se perguntar: quais são nossos princípios éticos na prática do turismo? A seguir relaciono alguns que observei em campo, os quais poderiam ser trabalhados em planos de fortalecimento do turismo comunitário nas comunidades de Santarém:

- Respeitar os costumes locais;

⁶⁶ Quijano (2005) explica que o termo “moderno sistema-mundo” é um conceito desenvolvido por Immanuel Wallerstein (1974; 1989) e Hopkins e Wallerstein (1982), que deve ser compreendido no contexto de surgimento do capitalismo, que segundo ele, foi desde sua gênese, colonial/moderno e eurocentrado. O autor destaca que o termo se refere ao novo padrão mundial de poder constituído a partir do domínio Europeu sobre a América, vista a partir de então como a *primeira identidade da modernidade*. A nova ordem mundial focada na Europa como centro hegemônico do poder foi alcançada porque o sistema colonial de dominação conseguiu construir novas formas de controle do trabalho, de seus recursos e seus produtos, articuladas em torno do capital e seu mercado.

- Valorizar os produtos derivados dos insumos da floresta (mel, artesanato, alimentos etc.);
- Proteger as espécies da fauna endêmica;
- Promover a interculturalidade (uma forma seria a troca cultural *registrada*. A turista italiana relatou-me que ouviu muitas palavras que desconhecia o significado, e que gostaria de saber e levar consigo esse aprendizado, então, penso que uma possível solução seria a elaboração de um tipo de “dicionário do dialeto falado”, que tanto turistas quanto anfitriões criariam durante o tempo de interação. Essa ideia não tem a intenção de eliminar a espontaneidade da *interculturalidade*, que ocorre em diversos momentos do *encontro* entre quem chega e quem recebe);
- Gerir resíduos e realizar a compensação de carbono;
- Conectar-se com viajantes mais responsáveis;
- Ofertar experiências turísticas sensoriais.

Após esse diagnóstico, a ideia é construir estratégias comerciais alinhadas com os princípios definidos, a fim de promover a experiência turística comunitária entre as organizações, turistas e/ou viajantes que compartilham dos mesmos ideais.

Portanto, o que proponho é que, se iniciativas de turismo comunitário representam uma forma de fazer turismo contra hegemônica e alternativa ao turismo convencional, massivo, os ambientes de comercialização também o devem ser. Nesse sentido, quando me refiro a posicionar a experiência turística de Coroca ou Anã pela lógica da reciprocidade no mercado de viagens, defendo que o melhor parceiro comercial para ajudar na divulgação deve ser, por exemplo, uma rede nacional ou internacional de viajantes segmentados ao invés de uma matéria em revista de turismo de circulação nacional, aberta a todo tipo de turismo.

Para esclarecer o que estou propondo, apresento a seguinte análise:

O perfil do turista investigado no campo apresentado no subitem 2.2 desse capítulo, informa que na amostra de 85 turistas entrevistados, 58% são do sexo feminino, e 38% do sexo masculino. Também citei a pesquisa da Pará (2018) que identificou a predominância do sexo feminino (52%) entre os 2.600 turistas entrevistados entre as principais cidades paraenses. Esses dados revelam a predominância deste gênero no mercado turístico regional, provavelmente, reflexo do movimento chamado *mulheres que viajam sozinhas* que mobiliza uma rede de

fornecedores especializados no mercado de viagens, e está cada vez mais forte como grupo de consumidoras.

O gênero feminino como viajante independente é tão relevante que a plataforma *Sisterwave* (<https://www.sisterwave.com>), que reúne mais de 18.000 mulheres viajantes, dentre as quais 550 anfitriãs, foi a primeira *startup* brasileira a ganhar a Competição Global de *Startups* 2021 promovida pela Organização Mundial de Turismo. Fundada em dezembro de 2018, a plataforma define-se como uma *família, uma comunidade” de mulheres viajantes*, que por meio do apoio e serviços de viagens entre *sisters*, encoraja mulheres a viajar.

É importante destacar que a OMT premia ações tecnológicas voltadas para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Dessa forma, a *Sisterwave* foi selecionada por sua contribuição ao turismo sustentável e responsável na categoria igualdade de gênero, entre mais de 10.000 projetos submetidos. Como uma das 25 campeãs do prêmio global, a plataforma brasileira apresenta um modelo de negócio que agrega quatro áreas de alta relevância no mercado de viagens do século XXI: sustentabilidade, tecnologia, inovação e conectividade anfitrião/viajante.

Pelo exposto, e seguindo a lógica da reciprocidade explicada acima, a plataforma *Sisterwave* representa um parceiro comercial recíproco para posicionar as experiências de turismo em Anã e Coroca no mercado de viagens. Além do mais, a inserção de mulheres comunitárias como anfitriãs na *startup*, promoveria o fortalecimento do gênero feminino na economia solidária que já é praticada no microcosmo comunitário. Como comparado na análise acima, considero esse tipo de aliança mais adequada para fomentar a promoção e comercialização do turismo comunitário do que publicar um texto em *blog* de viagens que não colabora com a autonomia comunitária, conforme pude identificar no seguinte contexto:

Em novembro de 2019, o *blog Viagens e Rotas* (<http://www.viagenserotas.com.br/>) publicou a matéria *Pará: passeio pela Comunidade de Coroca próxima a Alter do Chão* (TEIXEIRA,2019)⁶⁷ na qual apresenta os atrativos e os serviços turísticos que a comunidade oferece. Entretanto, ao informar sobre onde se hospedar em Coroca, a matéria expõe

⁶⁷ In: VIAGENSEROTAS.COM.BR. Disponível em: <http://www.viagenserotas.com.br/2019/11/para-passeio-pela-comunidade-de-coroca-proxima-a-alter-do-chao/#:~:text=A%20comunidade%20de%20Coroca%20fica,verificar%20com%20anteced%C3%Aancia%20para%20agendamento>. Acesso em: 10 dez 2019.

dados equivocados e contraditórios ao afirmar que a hospedagem é realizada “somente na casa dos moradores”, informando em seguida o *link* da Casa Coroca na plataforma *Booking.com*. Na realidade, a hospedagem na comunidade ocorre, geralmente, na Casa Coroca porque *somente* ela está exposta atualmente em plataformas virtuais de comercialização, como o *Airbnb.com*. (o *link* da Casa Coroca no *Booking.com* está suspenso temporariamente para reservas).

Logo adiante, o texto da *blogueira* informa que o valor do pernoite em redário é de R\$30 por pessoa, entretanto, o redário é uma proposta de hospedagem na comunidade, ou seja, essas informações não podem estar associadas ao *link* para acessar a Casa Coroca.

Esse caso denota a desarticulação entre estratégias de divulgação, que na ocasião citada foi articulada pela Secretaria de Turismo de Santarém, e o planejamento do fortalecimento de iniciativas de turismo comunitário nas comunidades ribeirinhas do município, pois esse tipo de erro não deve acontecer. Pelo exposto, reafirmo a importância de as comunidades construírem a autonomia na gestão local do turismo, e operarem esse protagonismo por um modelo de gestão que chamo *Gestão integrada do Turismo Comunitário*.

A gestão integrada deve ser planejada e operada pela lógica da reciprocidade, tanto para buscar, definir, e estabelecer alianças com o mercado de viagens, quanto para implantar as regras morais de convivência e, ações coletivas e cooperadas que viabilizam o turismo no ambiente endógeno. Desse modo, penso que a *Gestão integrada do TC* deve construir um *Plano de Gestão para o Mercado de Viagens* e um *Plano de Gestão Endógena do TC*.

O *Plano de Gestão para o Mercado de Viagens* pode ser estruturado com base nos princípios éticos definidos pela comunidade, os quais balizarão o posicionamento da iniciativa turística comunitária no mercado. Ou seja, os princípios éticos que regem as relações comunitárias endógenas, também orientarão as relações comerciais. Desse modo, uma comunidade estruturada na *equidade na partilha dos benefícios* de projetos turísticos, deverá buscar alianças com empresas geridas pelo princípio da economia solidária, por exemplo. Por essa lógica de gestão mais justa, também existem

organizações; *startups*; plataformas de compartilhamento de turistas/mochileiros/viajantes; redes de turismo colaborativo; entre outros.

Entendo que somente pela rede alternativa às grandes operadoras de viagens (ainda que algumas se definam como praticantes dos princípios do TC) é que as comunidades podem construir uma relação de maior conectividade com os viajantes genuínos e, portanto, de maior autonomia na comercialização de suas ofertas turísticas. Por essa via, é possível trilhar um caminho mais alinhado com os princípios desse *outro* fazer turístico, que é mais *slowtravel*, criativo, compartilhado, responsável, justo e sustentável.

Em relação ao *Plano de Gestão Endógena*, a observação das duas comunidades investigadas levou-me a enumerar sete ações que entendo como necessárias para o fortalecimento da atividade turística no microcosmo, detalhadas nos infográficos abaixo. Para cada ação, proponho algumas estratégias que, embora representem necessidades observadas, não esgotam todas as demandas que o turismo, como fenômeno social complexo engendra em uma comunidade. Portanto, o infográfico apresenta um *ponto de partida*, um instrumento norteador para que as comunidades ribeirinhas de Santarém comecem a refletir sobre ações que precisam implantar em seus ambientes comunitários, se desejarem transformar o turismo em uma estratégia para promover o desenvolvimento comunitário sustentável.

Figura 70 – Infográfico sobre Plano de Gestão Endógena do TC.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 71: Verso do Infográfico



- Recepção aos visitantes (informar características geográficas, socioculturais e económicas).
- Interculturalidade “registrada” (mapa das árvores frutíferas, dicionário do dialeto falado, etc.).

-
- Indicadores socioeconómicos
 - a. Número de famílias e pessoas envolvidas diretamente, e volume de renda.
 - b. Número de famílias e pessoas envolvidas indiretamente, e volume de renda.
 - c. Impacto da renda do turismo no orçamento familiar (percentual).
 - d. Benefícios familiares gerados pela renda do turismo (ex: aquisição de material escolar, bens duráveis, etc.).
 - Indicadores ambientais
 - a. Volume de resíduos gerados
 - b. Volume de resíduos reciclados

5 CONCLUSÕES PROVISÓRIAS

Anã e Coroca são comunidades tradicionais amazônicas localizadas em uma região com paisagens naturais exuberantes e rica biodiversidade. Adicionam-se a estas singularidades, a hospitalidade e o modo de vida das populações locais, que por serem pautados na relação homem/natureza, ainda são reconhecidos pela colonialidade do saber como uma prática cultural menos “moderna”, ou mais “autêntica”, rotulando-a como uma *curiosidade exótica* (GUERREIRO ARIAS, 2010). Assim, o combo natureza/cultura qualifica as comunidades ribeirinhas de Santarém como importantes atrativos turísticos para a região do Arapiuns, no oeste do Pará.

No entanto, embora a natureza amazônica tenha sido apontada pelos turistas entrevistados em campo como a principal motivação para visitar Alter do Chão, eles responderam que as atividades relacionadas à cultura local (gastronomia, artesanato e interação com as populações locais) foram as que mais preencheram seu tempo no curso da viagem.

Por essa perspectiva, a *cultura ribeirinha* se destaca, e a interculturalidade que ela promove está sendo cada vez mais explorada por operadores de viagens para captar turistas. No ambiente virtual, em sítios eletrônicos de operadores turísticos especializados, principalmente em ecoturismo, turismo de base comunitária e/ou turismo comunitário e turismo na Amazônia, ela figura como principal apelo nos *slogans* dos roteiros, sendo sempre associada como a viabilizadora de uma experiência turística *única, marcante, genuína, incrível*.

A exposição midiática da cultura ribeirinha como atrativo turístico ressalta seu caráter *não moderno*, o que leva os turistas a perceberem-na como uma cultura *exótica*. Esse olhar exótico, ao mesmo tempo que desperta curiosidade, tende a não valorizar formas de viver pautadas em outros paradigmas, que divergem do modelo eurocentrado ao qual a maioria dos turistas estão acostumados. Nesse sentido, a forma como a cultura ribeirinha vem sendo objetificada no mercado de viagens por agentes externos configura mais uma forma de perpetuar a colonialidade do saber amazônico, que concebe o modo de vida local como uma prática de existência subalterna, subdesenvolvida e pré-moderna.

É imperioso que as comunidades investigadas tomem conhecimento desse modelo de exploração turística assimétrico para que elas adotem o protagonismo na relação com o mercado, até porque, após essa investigação científica de longo

curso em diferentes ambientes (macrocosmo/microcosmo, mundo real/virtual), posso afirmar que o principal fator de atratividade para Alter do Chão e região do entorno (onde se localizam Anã e Coroca) é a *cultura*, o modo de vida amazônico, que é singular, posto que as populações locais habitam um território com uma das maiores biodiversidades do planeta.

A cultura de um povo que, tradicionalmente, ocupa terras longínquas da Amazônia, e seus saberes acumulados sobre as dinâmicas da natureza, é o que realmente motiva o deslocamento de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo. Desvelar os mitos amazônicos e ter a oportunidade de interagir com *gente dentro da floresta* ainda representa uma experiência turística *exótica* que muitos viajantes buscam realizar, como relatado pelos turistas nessa investigação.

Conhecendo os *povos da floresta*, o turista e o viajante conhecem, obrigatoriamente, a natureza, pois o caboclo amazônico não estrutura sua identidade sociocultural e política sem os ciclos da natureza, especialmente os que envolvem o rio e a floresta. Esta análise oferece às populações locais o esclarecimento de que são elas o maior diferencial quando se trata de planejar roteiros turísticos pela região do Arapiuns. Ter conhecimento desse macrocosmo do turismo é de suma relevância para que Anã e Coroca, e demais comunidades amazônicas, compreendam a função que desempenham no complexo sistema social que se forma, a partir de suas entradas no mercado de viagens turísticas.

Identificar os componentes e a dinâmica de funcionamento do macrocosmo é fundamental para definir a dinâmica de operação turística no microcosmo. Nas comunidades investigadas, a compreensão do ambiente turístico externo não está clara. Desse modo, os grupos locais gestores do turismo (GLGT) desconhecem a interdependência de suas relações com os agentes externos, e, por consequência, a ideia de que eles não precisam ser subalternos à rede de profissionais que os comercializa. O acesso à informação impacta no modelo de gestão endógena do turismo atualmente implantado em Anã e Coroca. Isto porque tudo está imbricado no sistema relacional que conecta agentes internos e externos para a oferta de experiências turísticas comunitárias no mercado de viagens.

Nesse contexto, esta investigação propõe um olhar sobre o turismo como um fenômeno complexo que articula uma ampla rede relacional de agentes sociais, tanto no ambiente endógeno, quanto desse com o exógeno. As conexões tecidas entre esses ambientes e suas interdependências foram analisadas à luz do

paradigma da complexidade de Morin (2007). Assim, o turismo comunitário observado em Coroca, e o chamado “turismo de base comunitária” em Anã, são compreendidos como uma totalidade, uma *unidade* formada por partes que estão em contínua relação de trocas de dádivas. Essa teia social que movimenta dádivas ambivalentes foi nomeada Sistema do Turismo Comunitário (STC).

A interpretação do STC como um *todo* sistêmico, que conecta ambiente endógeno e exógeno em relação de *dependência recíproca* (MORIN, 2005) somente foi possível pela observação etnográfica das iniciativas turísticas desenvolvidas no microcosmo de Anã e Coroca. Ainda que elas tenham trilhado caminhos diferentes para a inserção do turismo no ambiente comunitário, o diagnóstico das conexões interdependentes criadas com agentes externos permitiu-me concluir que existe uma dinâmica sistêmica; interacional; plural que caracteriza a complexidade presente nessa *outra* forma de fazer turismo, denominada pela maioria dos estudiosos do assunto por TBC, mas à qual prefiro me referir como turismo comunitário.

O olhar acurado sobre o microcosmo comunitário possibilitou-me inferir que as múltiplas trocas realizadas entre os agentes sociais são ambivalentes, pois elas transitam entre o valor econômico e o valor simbólico da coisa dada. Nesse sentido, a Teoria da Dádiva de Mauss (2017) foi utilizada para interpretar o turismo como uma dádiva, na medida em que ele se transforma em instrumento para gerar sociabilidades e alianças em diferentes ambientes de interação social (comunidade x turistas; comunidade x intermediadores turísticos; turistas x intermediadores etc.). Desse modo, pela estrutura relacional que engendra, o turismo comunitário pode ser concebido como um sistema de dádivas.

A imersão na dinâmica social de Anã e Coroca permitiu-me compreender que o turismo pode *ser* da comunidade ou *para* a comunidade, a depender de quem está no comando das decisões relacionadas à gestão local da atividade turística. Em Coroca, identifiquei que o turismo é da comunidade, pois as decisões são tomadas pelos agentes comunitários de forma autônoma, sem a interferência de agentes externos. Ocorre uma gestão compartilhada entre representantes da maioria das famílias residentes. Em Anã, constatei que o turismo é *para* a comunidade, porque as decisões emanam de um núcleo de poder formado por algumas lideranças locais, e agentes exógenos vinculados à ONG que assessora o desenvolvimento do turismo no lugar desde o seu surgimento, há mais de uma década. A gestão é centralizada em quem tem o poder político-econômico de mediar a relação com o mercado. Se

por um lado isso favoreceu a comercialização como destino de “TBC” na Amazônia, por outro, gerou vários conflitos internos sobre a dependência do lugar com a ONG.

As divergências de gestão encontradas em Anã e Coroca levaram-me a analisar que a capacidade para implantar a autonomia na gestão local do turismo é reflexo de um atributo na organização social endógena. Por essa perspectiva compreendo que, mesmo que uma comunidade estabeleça parceria com uma ONG para assessorá-la técnica e financeiramente a idealizar e efetivar o turismo no território comunitário, ela não precisa se tornar dependente desse agente externo. Ela pode sim construir uma relação mais simétrica, e transformar essa aliança em instrumento para fortalecer as fragilidades comunitárias.

Portanto, foi a observação de duas iniciativas turísticas em comunidades tradicionais amazônicas, estruturadas em bases bem distintas, tanto no ambiente endógeno, quanto exógeno, que possibilitou-me concluir que a autonomia na gestão local do turismo é conquistada por uma comunidade ordenada por laços sociais fortes; ordenada por uma estrutura social que viabiliza a confiança e a cooperação entre seus agentes, a fim de que eles se empenhem em ações coletivas que favoreçam e desenvolvam o *todo*, a *comunidade*; ordenada, enfim, pela lógica da *reciprocidade*.

A reciprocidade como estrutura social que sustenta a autonomia comunitária é tão relevante que é importante ressaltar que sua ausência gera possibilidades contrastantes para o turismo que pretende ser *da comunidade*: a) quando presente como o principal condutor das relações sociais, organiza uma sociedade com *emancipação social* (CATTANI, 2009), autônoma de processos de dependência, tutela e dominação de agentes externos, promovendo dessa forma a autogestão dos interesses coletivos; b) por outro lado, a baixa reciprocidade ou sua ausência no ambiente relacional da comunidade gera desconfiança e baixa participação em instâncias de decisão coletiva, inviabilizando a autogestão e favorecendo a manutenção de colonialidades do poder, saber e do ser, ainda muito exercidas sobre grupos sociais minoritários e marginalizados, especialmente na Amazônia.

Desse modo, ao identificar a aliança entre reciprocidade e autonomia no microcosmo de Coroca, e sua ausência no microcosmo de Anã, compreendi a função da autonomia, e sua relevância como característica balizadora para reconhecer iniciativas de turismo comunitário, pois não há como referir o protagonismo de uma população local na gestão do turismo se ela não é livre para

escolher; se não é plenamente capaz de tomar decisões em todos os processos que envolvem a operação turística, os quais ocorrem tanto no seu ambiente endógeno (o comunitário), quanto no exógeno (mercado de viagens).

A função da autonomia comunitária em iniciativas turísticas protagonizadas por populações locais orientou essa investigação doutoral porque os principais estudos nacionais sobre o assunto indicam que as premissas fundamentais para reconhecer iniciativas de TC, ou TBC – como preferem alguns – são a *base endógena* (IRVING, 2009), e a *autogestão* (MALDONADO, 2009). Sendo assim, após analisar como se estruturam as relações entre os agentes sociais internos, e desses com os agentes externos para a oferta do turismo no microcosmo de Anã e de Coroca, posso afirmar que o turismo desenvolvido no território de Coroca pode ser reconhecido como uma iniciativa de Turismo Comunitário, e o de Anã, não.

Não há autogestão do turismo em Anã porque a comunidade ainda mantém uma relação de dominação e dependência com a ONG PSA e, por consequência, há conflitos internos que impossibilitam maior envolvimento da comunidade no empreendimento turístico. Sendo assim, em um contexto social no qual apenas 20% do total (110) de famílias participam ativamente da operação turística local, e as decisões são tomadas por um pequeno grupo de lideranças, a base endógena da iniciativa fica comprometida.

No entanto, apesar da relação assimétrica com a ONG persistir há mais de dez anos, Anã ainda não se articulou para romper com as diversas colonialidades e assumir o controle das atividades turísticas porque a maior parte das famílias que a compõem demonstram dificuldade em compreender que o turismo é uma atividade que pode beneficiar o todo, o coletivo, mesmo que seja de forma indireta. Isso também é resultado da concentração de poder local por um pequeno grupo de famílias. No entanto, o que falta é mais diálogo entre os comunitários, pois uma liderança local que integra esse grupo de *poder* relatou-me que se ressentia da baixa participação comunitária, e, ao ser indagada sobre qual seria a ação mais adequada para melhorar o envolvimento das famílias com o empreendimento turístico, ela respondeu-me que seria um trabalho de conscientização para as pessoas entenderem o “turismo como uma atividade coletiva no integral”. Desse modo, compreendo que o elemento mais ausente nesse microcosmo, que permite que o turismo funcione como uma atividade segregadora, é a reciprocidade.

Em Coroca, o empreendimento turístico é resultado da autogestão praticada pelos agentes sociais desde o momento que eles decidiram que o turismo seria uma causa comunitária. Diante da possibilidade de estabelecer relações coloniais de dependência com os empreendimentos que se instalaram em seu território, e de servir como mão-de-obra barata, a comunidade se mobilizou para criar seu próprio negócio de modo autônomo. Portanto, a iniciativa de turismo em Coroca foi originada por uma base endógena que optou por construir, coletivamente, um negócio turístico. Nessas condições, é possível perceber que o turismo assume um caráter reprodutor de boas práticas, pois ao mesmo tempo em que é resultado de uma comunidade que já aprendeu a agir como grupo, ele se torna um instrumento de construção dessa mesma comunidade, na medida em que viabiliza sociabilidades e alianças entre os agentes locais.

No entanto, essas sociabilidades e alianças promovidas pelo turismo não se restringem ao microcosmo, pelo contrário, partem do ambiente endógeno – quando as comunidades decidem inserir o turismo em seus territórios – para construir interações contínuas com diversos agentes sociais interessados em consumir (turistas); vender (intermediadores, empresas turísticas, entre outros); e fomentar (ONGs, academia, organizações públicas, entidades do sistema S, entre outras) o turismo local. São essas trocas de dádivas que movimentam o STC.

Assim como identifiquei que a reciprocidade é a estrutura que sustenta a autonomia comunitária, proponho a reciprocidade como a lógica; o *motor* que movimenta o STC. Nesse sentido, o caminho para construir a autogestão do turismo engloba não somente a gestão endógena da atividade turística no território local, mas, sobretudo, conhecer e dominar as dinâmicas de promoção e comercialização da experiência turística no mercado de viagens, pois as populações locais precisam romper com as relações de exploração comercial que os intermediadores impõem para comercializar suas ofertas turísticas no mercado. Somente pela *Gestão Integrada do Turismo Comunitário* as comunidades tradicionais têm condições de construir, verdadeiramente, a autogestão turística.

A *Gestão Integrada do Turismo Comunitário* é uma forma de gerir o turismo tanto no ambiente endógeno (comunitário), quanto exógeno (mercado de viagens), pelos princípios morais e éticos que caracterizam a reciprocidade. Em termos práticos, a comunidade define esses princípios e os aplica no *Plano de Gestão Endógena do TC* e no *Plano de Gestão para o Mercado de Viagens* por meio de

ações que fortaleçam a coesão social e as ações coletivas, e o posicionamento de suas ofertas turísticas no mercado segmentado interessado em vivenciar experiências turísticas em comunidades. Pelo exposto, a reciprocidade é uma lógica que orienta uma *outra* forma de gerir esse *outro* turismo, que se propõe alternativo ao tradicional, e, portanto, mais responsável com toda a rede social que envolve.

Como parte dessa rede social, eu, na condição de pesquisadora que estabeleceu muitas trocas simbólicas com os agentes sociais das duas comunidades, ao longo das três imersões etnográficas, sinto-me “obrigada” pelo caráter da dádiva, em retribuir tanto conhecimento adquirido. Por isso, além da contribuição teórica, especialmente pela elaboração de um conceito que reflete a prática turística das comunidades tradicionais amazônicas, essa investigação gerou dois resultados importantes para Anã e Coroca.

O primeiro resultado refere-se ao *Plano de Gestão Endógena do TC*, apresentado em forma de infográfico ao final do capítulo 4. Esse infográfico é composto por sete ações que considero altamente relevantes para serem desenvolvidas no ambiente comunitário. Essas ações foram sistematizadas a partir das práticas observadas, com suas limitações e potencialidades. Somado ao meu olhar de investigadora, considereei as percepções dos moradores locais sobre os serviços turísticos ofertados, e, ainda, a opinião dos turistas investigados em campo sobre suas expectativas e interesses no microcosmo. Desse modo, o *Plano de Gestão Endógena do TC*, estruturado nas seguintes ações: 1 – normas e regras; 2 – controle e transparência nas contas; 3 – investimentos; 4 – comunicação e conectividade entre anfitriões e visitantes; 5 – conhecimento da demanda; 6 – ordenamento ambiental; 7 – monitoramento de impactos socioeconômicos e ambientais, é uma dádiva ofertada por mim para Anã e Coroca, mas que é produto de uma construção coletiva, polifônica.

A pesquisa para identificar o perfil do turista que circula no macrocosmo comunitário serviu para elaborar as estratégias elencadas na ação 5 – conhecimento da demanda e também para explicar como o *Plano de Gestão para o Mercado de Viagens* deve buscar alianças comerciais em ambientes segmentados que agregam a demanda potencial. Além do mais, conhecer o perfil do visitante/turista/viajante que chega em uma comunidade é condição para que ela própria estruture suas ofertas turísticas de modo mais autônomo e alinhado com as expectativas e interesses de seu público-alvo.

O segundo resultado refere-se à elaboração do projeto de pesquisa que tem por objetivo auxiliar as comunidades estudadas a implantar a autogestão.

A autogestão de negócios turísticos comunitários é muito desafiadora, pois exige competências e habilidades da população local em áreas que, geralmente, elas não possuem formação, especialmente as relacionadas à comercialização de produtos turísticos, como: promoção no mercado de viagens; competitividade com outros produtos e destinos; captação de clientes; elaboração de orçamentos; gestão de parceiros comerciais, entre outros.

No entendimento de que o êxito de iniciativas de TC deve ser reflexo de uma comunidade preparada para autogerir-se de forma integrada entre suas demandas endógenas e as exigidas pelo mercado de viagens, e considerando que existe entre esses dois ambientes uma *dependência recíproca* (MORIN, 2005), foi pertinente criar um projeto de pesquisa com o objetivo de identificar, mais especificamente, as limitações de Anã e Coroca para a autogestão do turismo em seu território por meio de metodologias participativas, e com base nos resultados, desenvolver tecnologias sociais capazes de fortalecer a autonomia comunitária no processo de gestão local do turismo.

A tecnologia social, por ser uma proposta de desenvolvimento de uma solução para uma questão social a partir da interação com a comunidade, é uma estratégia inclusiva, democrática e, portanto, mais adequada para a construção da autonomia comunitária na gestão do turismo. A perspectiva dialógica, entre saber local e saber acadêmico-científico, é relevante e necessária para fornecer informações específicas sobre o ambiente endógeno, como as particularidades do território e da organização social, e do ambiente exógeno, como a dinâmica de comercialização de produtos turísticos, técnicas de promoção no mercado, entre outros. A junção desses conhecimentos é fundamental para criar uma metodologia de gestão integrada entre um ambiente (endógeno) no qual o capital humano e social é mais valorizado, e o outro ambiente (exógeno) onde prevalece o capital financeiro.

O projeto de pesquisa *Turismo Comunitário, Autogestão e Tecnologias Sociais em Comunidades Tradicionais Amazônicas* está aprovado no âmbito da Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará, à qual pertenço, e se justifica, em primeiro lugar, em função do impacto social, ambiental e econômico que iniciativas de turismo geram às populações tradicionais amazônicas. Em segundo

lugar, por ser uma proposta inovadora ao propor o desenvolvimento de tecnologias sociais para uma área onde inexiste políticas de fomento, que é o turismo comunitário, e por buscar promover a inclusão socioeconômica de comunidades ribeirinhas invisibilizadas em políticas públicas de direitos sociais. Finalmente, a pesquisa é relevante para construir metodologia que poderá ser replicável em outras comunidades amazônicas que têm potencial para desenvolver-se por meio do turismo.

Tenho ciência que construir autonomia pela perspectiva de uma gestão integrada do turismo comunitário é uma tarefa árdua, especialmente pelo contexto social, político, econômico, e cultural no qual as comunidades tradicionais amazônicas estão imersas. Contudo, acredito que é um caminho possível, desde que as populações locais tenham acesso ao conhecimento e formação técnica por meio de parcerias com instituições acadêmicas e de fomento dedicadas à transferência e troca de saberes.

Implantar autogestão na prática do turismo em comunidades amazônicas significa romper com colonialidades que subjugam o poder e a capacidade das populações tradicionais definirem caminhos de desenvolvimento pautados em outra ontologia.

No entanto, se no mercado de viagens há demanda para consumir a cultura ribeirinha como curiosidade exótica, também existe demanda para conhecer a *humanidade* que produz essa *curiosidade*. Nesse sentido, as comunidades somente precisam de auxílio para mostrar aos interessados em conhecê-las que seu modo de vida, embalado pelos operadores turísticos tradicionais como *exótico*, não é uma mera curiosidade, mas parte de sua alteridade.

O caminho que viabilizará um encontro intercultural simétrico entre *nativos* e viajantes será construído pelas populações locais que compreenderem que elas representam o verdadeiro *tesouro* nas viagens tão sonhadas pela Amazônia.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, R. Populações tradicionais e a proteção dos recursos naturais em Unidades de Conservação. **Ambiente & Sociedade**, ano 2, n. 5, 1999.

ASSIS, G. C. A cultura ribeirinha como fator de atratividade para o turismo no Arapiuns/Pa: uma análise sobre a colonialidade do saber amazônico. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL AMÉRICA LATINA: POLÍTICAS E CONFLITOS CONTEMPORÂNEOS, 2., 2017, Belém. **Anais** [...]. Belém: NAEA, 2017.

BAKHTIN. **Problemas da poética de Dostoievski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BARROS-FREIRE *et al.* Desafios da autonomia e empoderamento comunitário na gestão da Pousada Uacari RDS Mamirauá (AM). **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 2, 2019.

BARTH, F. Os grupos étnicos e suas fronteiras. *In*: LASK, T. (org.). **O guru, o iniciador e outras variações antropológicas**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2000.

BARTHOLO, R. Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária. *In*: BARTHOLO, R. *et al.* **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009, p. 45 -54.

BARTHOLO, R. *et al.* **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. 508 p.

BENEVIDES, I. P. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. *In*: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e desenvolvimento local**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 23-41.

BENI, M. C.; MOESCH, M. M. A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. **Revista Turismo – Visão e Ação – Eletrônica**, v. 19, n. 3, p. 430-457, set.-dez. 2017. DOI: 10.14210/rtva.v19n3.p430-457. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/11662/0>. Acesso em: 25 ago. 2020.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BOURDIEU. P. “Le capital social: notes provisoires”. **Actes Rech. Sci. Soc.**, 31, p. 2-3. 1980.

BOURDIEU. P. É possível um ato desinteressado? *In*: CORREA, Mariza. (trad.). **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. 11. ed. Campinas, SP: Papirus, 2011.

BRASIL. Decreto de 6 de novembro de 1998. Cria a Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns, nos Municípios de Santarém e Aveiro, no Estado do Pará, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 6 de nov. 1998. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/dnn/anterior%20a%202000/1998/Dnn7600.htm. Acesso em: 25 ago. 2020.

BRASIL. Decreto nº 6040. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 7 fev. 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm. Acesso em: 18 out. 2017.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Lei nº 9.985 de 18 de julho de 2000. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 19 jul. 2000. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9985.htm. Acesso em: 14 out. 2018.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Edital de chamada pública de projetos MTur/n 001/2008**: seleção de propostas de projetos para apoio às iniciativas de Turismo de Base Comunitária. Brasília, DF, 2008. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/convenios_contratos/selecao_projetos/Edital_Chamada_Pxblica_de_Projetos_0012008.pdf. Acesso em: 13 jan. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária**: desafio para a formulação de política pública. Brasília, DF, 2010. Disponível em: https://ava.icmbio.gov.br/pluginfile.php/4592/mod_data/content/19105/Caderno_MTur_r_alta_res%202010.pdf. Acesso em: 14 out. 2018.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Plano de manejo. Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns**: v. 1. Diagnóstico. Brasília, DF, 2014. Disponível em: https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/imgs-unidades-coservacao/resex_tapajos_arapiuns__pm_vol1.pdf. Acesso em: 14 out. 2018.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Plano de manejo. Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns**: v. 3. Anexos. Brasília, DF, 2014. Disponível em: https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/imgs-unidades-coservacao/resex_tapajos_arapiuns_pm_vol2.pdf. Acesso em: 14 out. 2018

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de conservação da biodiversidade. **Portaria nº 1, de 06 de janeiro de 2016**. Estabelece normas e procedimentos para o credenciamento e autorização de uso para o exercício da atividade comercial de condução de visitantes no Parque Nacional da Emas. Brasília, DF, 2016. Disponível em: http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/DCOM_Portaria_01_de_06_de_janeiro_de_2016.pdf. Acesso em: 12 mar. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano nacional de turismo 2018-2022**: mais emprego e renda para o Brasil. Brasília, DF, 2018. Disponível em: [28162245-pnt-2018-2022.pdf](https://www.cultura.rs.gov.br/28162245-pnt-2018-2022.pdf) (cultura.rs.gov.br). Acesso em: 12 mar. 2017.

BRASILTURIS JORNAL. **OMT**: “turismo continua um setor econômico confiável”, diz secretário. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://brasilturis.com.br/omt-turismo-setor-economico-confiavel/>. Acesso em: 8 de dez. de 2020.

BRITO, B. R. O turista e o viajante: contributos para a conceptualização do turismo alternativo e responsável. *In*: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 4., 2000. **Anais** [...]. [S.l: s.n], 2000. Disponível em: https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR462dea1a49422_1.pdf. Acesso em: 8 de dez. 2020.

BURGOS, A. **Tecendo a sustentabilidade**: redes sociais e gestão participativa no turismo de base comunitária. 2014. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília. Brasília, DF, 2014. 181 p.

BURGOS, A.; MERTENS, F. As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. **Tourism & Management Studies**, v. 12, n. 2, 2016.

BURSZTYN, I. *et al.* Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. *In*: BARTHOLO, R. *et al.* **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 76–91.

BURSZTYN, I. **Desatando um nó na rede**: sobre um projeto de facilitação do comércio direto do Turismo de Base Comunitária na Amazônia. 2012. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia, Programa de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. 248 p.

BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. **Sustainability in Debate**, [S. l.], v. 3, n. 1, 2012, p. 97–115.

CAMPELO, L. **Turismo de base comunitária e artesanato da floresta ganham força com a fundação da primeira cooperativa do Rio Arapiuns**. Belém, 2015. Disponível em: <http://rogerioalmeidafuro.blogspot.com.br/2015/05/turismo-de-base-comunitaria-e.html>. Acesso em: 14 out. 2015.

CAÑADA, E. Estructuras de intermediación turística procomunitárias: la experiencia comercial de ACTUAR en Costa Rica. **Gazeta de Antropología**, v. 33, n. 1, artículo 10, 2017.

CAPRA, F. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 2006.

CATTANI, A. D. Emancipação social. *In*: HESPANHA, P. *et al.* **Dicionário internacional da outra economia**. Coimbra: Almedina, 2009, p. 175-180.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM PROMOÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL (CEAPS). **Projeto saúde & alegria**: relatório anual 2009. Santarém, 2009.

Disponível em: <https://docplayer.com.br/3410740-Relatorio-anual-ceaps-projeto-saude-alegria.html>. Acesso em: 10 jan. 2017.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM PROMOÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL (CEAPS). **Projeto saúde & alegria: prazer em conhecer** Anã. Santarém, 2011.

CORIOLOANO, L. N. **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CORIOLOANO, L. N. M. T. O turismo comunitário no contexto da globalização. *In*: CORIOLOANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (orgs.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EDUECE, 2012. p. 11-25.

CRUZ, R. C. A. Turismo, produção do espaço e desenvolvimento desigual: para pensar a realidade brasileira. *In*: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D.G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, parte I. Rio de Janeiro: Editora Letra e imagem, 2009. p. 92-107.

CUNHA, M. C; ALMEIDA, M. W. B. Populações indígenas, povos tradicionais e preservação na Amazônia. CAPOBIANCO, João P. R. *et al.* (orgs.). Biodiversidade na Amazônia brasileira: avaliação e ações prioritárias para a conservação, uso sustentável e repartição de benefícios. São Paulo, Instituto Socioambiental e Estação Liberdade, 2001, p. 184-193.

D'ARAÚJO, M. C. **Capital social**. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 50 p.

EXTRATIVISMO. *In*: **Significados**. [Paranhos,Porto], 2018. Disponível em: <https://www.significados.com.br/extratativismo/>. Acesso em: 3 jul. 2020.

FANON, F. **Peles negras, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES DE MORADORES E COMUNIDADES DO ASSENTAMENTO AGROEXTRATIVISTA DA GLEBA LAGO GRANDE (FEAGLE). **Plano de utilização das comunidades do Projeto de Assentamento Agroextrativista (PAE) da Gleba Lago Grande**. Santarém, 2017.

FERRAZ, R. R. *et al.* A utilização de indicadores de capital social no turismo de base comunitária. *In*: ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE. DEZEMBRO, 18., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: FEA/USP, 2016. Disponível em: http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/resumo.php?cod_trabalho=116. Acesso em: 10 dez. 2020.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOI.Lis, M. Autogestão. *In*: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 1. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1998, p. 74-81.

FORTUNATO, R. Â.; SILVA, L. S. Os conflitos em torno do turismo comunitário na Prainha do Canto Verde (CE). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 123–138, jan./abr. 2013.

FRAGELLI, C. *et al.* Turismo: fenômeno complexus da contemporaneidade? **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 3. 2019.

FREITAS, Guaciara Barbosa. [Viagem de campo]. 2017. Registros feitos na viagem de campo em Santarém.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GERAÇÃO da base de dados de chegadas de turistas não residentes Brasil. Brasília, 2016.

GUERRERO ARIAS, P. Corazonarel sentido de las epistemologias dominantes desde lassabidurias insurgentes, para construir sentidos otros de la existência. **CALLE 14: revista de investigación en el campo del arte**, Bogotá, v. 4, n. 5, p. 80-94, jul.–dic. 2010.

GUZZATTI, T. C. *et al.* Turismo de base comunitária em territórios rurais: caso da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia (SC). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 6, n. 1, p. 93–106, 2013.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? *In*: BARTHOLLO, R. *et al.* **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 76 - 91.

KINCAID, J. A small place. *In*: HERMANDEZ, Jennifer Browdy de. **Women writing resistance: essays on Latin América and the Caribbean**. South End Press Cambridge: Massachusetts, 2005.

KOTLER, P. Personalização em massa. **HSM-Management**, ano 1, n. 5, nov./dez. 1997.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LANNA, M. Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, 14. p. 173–194, jun. 2000.

LEÃO, C. V. M. Turismo de Base Comunitária: outras economias na mira da emancipação social. **Rev. Tur. Anál.**, São Paulo, v. 27, n. 3, p. 664-667, dez. 2016.
LICKORISH, L.; LENKINS, C. L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIMA, Luís Flávio. [Viagem de campo]. 2017. Registros feitos na viagem de campo em Santarém.

LIMA, R. P. **Turismo de base comunitária como inovação social**. 2011. 191 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

LISBOA, A. M. Economia solidária e autogestão: imprecisões e limites. **RAE**, v. 45, n. 3, p. 109-115, jul./set. 2005.

MACINTOSH, A.J.; PRENTICE, R.C. Affirming authenticity: consuming cultural heritage. **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 3, p. 589–612, 1999.

MALDONADO. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. *In*: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D.G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, parte I. Rio de Janeiro: Editora Letra e imagem, 2009. p. 76 - 91.

MALINOWSKI, B. K. **Argonautas do Pacífico ocidental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MAPEAMENTOS participativos e elaboração de planos de uso: uma experiência nas comunidades de Anã, Arimum, Atodi e Vila Amazonas nas margens do rio Arapiuns. Santarém – PA: Saúde & Alegria, 2012.

MARTINS, A. M. Autonomia e educação: a trajetória de um conceito. **Cadernos de Pesquisa**, n. 115, p. 207-232, mar. 2002.

MARTINS, P. H. De Lévi-Strauss a M.A.U.S.S: movimento antiutilitarista nas ciências sociais - itinerários do dom. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, fev. 2008.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *In*: NEVES, Paulo (trad.). **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Ubu, 2017.

MENDONÇA, T. C. M. Turismo socialmente responsável da Prainha do Canto Verde: uma solução em defesa do local herdado. *In*: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D.G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 289–301.

MIELKE, E.J.C. **Desenvolvimento turístico de base comunitária**. Campinas, SP: Alínea, 2009.

MIELKE, E.J.C; PEGAS, F.V. Turismo de Base Comunitária no Brasil. Insustentabilidade é uma questão de gestão. **Turismo em Análise**, v. 24, n. 1, abr. 2013.

MILANI, C. Como articular o “capital” e o “social”? Teorias sobre o capital social e implicações para o desenvolvimento local. **REDES**, Santa Cruz do Sul, v. 9, n. 2, p. 31-54, maio/ago, 2004.

MILL, R.C; MORRISON, A.M. **The tourism system**: an introductory text. New Jersey: Editora Prentice Hall, 1985.

MORAES, E.A. **Siga os atores e as suas próprias ações**: nos rastros das controvérsias sociotécnicas do turismo de base comunitária na Rede TUCUM – CEARÁ – BRASIL. 2019. 349 p. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

MORAES, E. A.; IRVING, M. A. Turismo de base comunitária: entre utopias e caminhos possíveis no contexto brasileiro. *In*: IRVING, M. A; AZEVEDO, J.; LIMA, D. A. G. (orgs.). **Turismo**: resignificando sustentabilidade. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Folio Digital, 2018.

MORENO, Ana Carolina. Brasil não avança em ranking mundial de proficiência em inglês e perde 12 posições. **G1: educação**, Rio de Janeiro, ago. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2018/10/30/brasil-nao-avanca-em-ranking-mundial-de-proficiencia-em-ingles-e-perde-12-posicoes.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2021.

MORIN, Edgar. A Necessidade de um pensamento complexo. *In*: MENDES, Candido. (org.) **Representação e complexidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MOTHÉ, D. Autogestão. *In*: HESPANHA, P. *et al.* **Dicionário internacional da outra economia**. Coimbra: Almedina, 2009, p. 26-30.

NASCIMENTO, L. **Quem é a viajante brasileira?** Brasília: Ministério do turismo, 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/quem-e-a-viajante-brasileira>. Acesso em: 5 ago. 2020.

NASCIMENTO, L. **Turismo como instrumento para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável**. Brasília: Ministério do turismo, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-como-instrumento-para-alcancar-os-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 5 ago. 2020.

O'DWYER, E. C. Etnicidade e direitos territoriais no Brasil contemporâneo. **Iberoamericana**, v. XI, n. 42, p. 111–126. 2011.

OLIVEIRA, R. C. **O trabalho do antropólogo**. 2. ed. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora Unesp, 2006.

OKAZAKI, E. A community-based tourism model: its conception and use, **Journal of Sustainable Tourism**, v. 16, n. 5, p. 511-529, 2008.

PARÁ. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo. **Boletim do turismo do Estado do Pará, 2018**. 3. ed. Belém: FAPESPA, 2018.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes antropológicos**, v. 20, n. 42, p. 377–391, dez. 2014.

PERALTA, N. *et al.* Gestão participativa da Pousada Uacari: um processo em construção. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.8, n.1, p. 115-133, fev./abr. 2015.

PIMENTA, C.; RICHERS, R. **Segmentação**: opção estratégica para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, 1991.

PLANO DE ENCONTRO. **Plano estratégico de turismo de Santarém e Belterra**: fase I: a análise da situação atual. São Paulo: Chias : Marketing, 2014.

PORTES, A. Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 33, p. 133-158, 2000.

PURBASARI, N.; MANAF, A. Comparative study on the characteristics of community-based tourism between Pentingsari and Nglanggeran Tourism Village, Special Region Yogyakarta. **E3S Web of Conferences**, v. 31, p. 09007, 2018.

PUTNAM, R. **Capital social**. 2006. Disponível em: https://observateurocde.org/news/archivestory.php/aid/924/Le_capital_social.html. Acesso em: 23 jun. 2020.

QUIJANO, A. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. *In*: LANDER, E. (org.). **A colonialidade do saber, eurocentrismo e ciências sociais**: perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, 2005. p. 227-278.

RAMOS, L. **Turismo internacional cresce**: 1,3 bilhão viajaram em 2017. São Paulo: Panrotas, 2018. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/internacional/2018/01/turismo-internacional-cresce-13-bilhao-viajaram-em-2017_152568.html. Acesso em: 14 out. 2018.

REJOWSKI, M.; PERUSSI, R. F. Trajetória das agências de turismo: apontamentos no mundo e no Brasil. *In*: BRAGA, D. C. (org.) **Agências de viagens e turismo**: práticas de mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

REJOWSKI M.; SOLHA, K. T. **Turismo em um cenário de mudanças**. São Paulo: Aleph; 2002.

RODRIGUES GUIMARÃES, A. C. ¿Será Bourdieu utilitarista? **Trabajo y Sociedad: sociologia del trabajo**, Santiago del Estero, n. 20, p. 45–56. 2013.

RUIZ-BALLESTEROS, E.; CÁCERES-FERIA, R. **Community-building and amenity migration in community-based tourism development**: an approach from southwest Spain. **Tourism Management**, v. 54, p. 513–523. 2016. DOI <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.008>.

RUIZ-BALLESTEROS, E. Claves del turismo de base local. **Gazeta de Antropologia**, v. 33, n. 1, 2017.

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

SABOURIN, E. Marcel Mauss: da dádiva à questão da reciprocidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v. 23, n. 66, p. 131-137, fev. 2008.

SABOURIN, E. Teoria da reciprocidade e sócio-antropologia do desenvolvimento. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 13, n. 27, p. 24-51, mai./ago. 2011.

SAHLINS, M. **Ilhas de história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SAHLINS, M. **Metáforas históricas e realidades míticas**: estrutura nos primórdios da história do reino das ilhas Sandwich. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

SANCHO, A.; MALTA, G. Pesquisa de demanda para turismo de base comunitária: desafios à promoção do encontro entre comunidades e viajantes. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 1, especial, 2015.

SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. *In*: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D.G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 142-161.

SANDOVAL, P. X. A “devastação total” da economia de Las Vegas. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-05-13/a-devastacao-total-da-economia-de-las-vegas.html>. Acesso em: 10 dez. 2020.

SANTOS, L. M. L. *et al.* Teorias da complexidade e as múltiplas abordagens para compreender a realidade social. **SER. SOC. REV.**, Londrina, v. 14, n. 2, p. 47-72, jan./jun. 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. ver. e atual. São Paulo: Cortez, 2016.

SILVA, F. P. S. *et al.* Turismo de base comunitária no Antigo Quilombo Cabula. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 79-92, ago. 2016.

SILVA, C. B. da *et al.* Reflexões sobre capital social e turismo comunitário no Rio Grande do Norte, Nordeste do Brasil. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 11, n. 3, p. 430-452, set.-dez. 2018.

SILVA, S. M. S. da. **Turismo, sustentabilidade e capital social em uma vila Amazônica**: o caso de Alter do Chão (Santarém, Pará, Brasil). 2018. 302 f. Tese (Doutorado em Sociedade, Natureza e Desenvolvimento) – Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Natureza e Desenvolvimento, Universidade Federal do Oeste do Pará, 2018.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

TRIGO, L. G. G. Viagens e turismo: dos cenários imaginados às realidades disruptivas. **RBTUR**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 1-13, set./ dez. 2020.

WELDON, L. Santarém 355 anos: lembranças e perspectivas na Economia. **G1**, Santarém, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/pa/santarem-regiao/noticia/2016/06/santarem-355-anos-lembrancas-e-perspectivas-na-economia.html>. Acesso em: 20 fev. 2021.

WELLMAN, B.; BERKOWITZ, S.D. Introduction: Studying Social Structures. *In*: Wellman, B.; Berkowitz, S.D (orgs.). **Social Structures**: a network approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. p. 1-14.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições. *In*: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D.; BURSZTYN, I. (org.). **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras, parte I. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009. p. 55-75.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA – VISITANTES DE ANÃ

- 1 - Com que frequência você costuma viajar ao longo do ano?
- 2 - Os roteiros escolhidos, geralmente, estão ligados ao interesse em conhecer a biodiversidade e maior interação com a natureza, ou à roteiros urbanos?
- 3 - A escolha pelo roteiro Santarém e Alter-do-Chão foi uma decisão planejada para esse destino, ou uma oportunidade de viagem, como: preço mais baixo; visita a parentes; viagem em grupo de amigos/parentes; feriado prolongado. Explique livremente suas principais motivações, por gentileza.
- 4 - Você obteve conhecimento dos passeios para as comunidades do Arapiuns no momento que planejava a viagem, ou quando chegou a Vila de Alter-do-Chão? Explique livremente como lhe foram ofertados os passeios pelos prestadores de serviço, por gentileza.
- 5 – Quais foram as comunidades visitadas no Arapiuns e quais foram os passeios realizados? Como você qualifica esses passeios? Atenderam às suas expectativas ou foram insatisfatórios?
- 6 - Você sabia que a comunidade Anã pertence a uma área protegida denominada Reserva Extrativista? Sobre isso você recebeu alguma informação na oferta dos passeios, ou quando chegou à comunidade?
- 7 – Você gostaria de opinar sobre a melhoria de algum serviço utilizado ou comentar sobre aspectos positivos e/ou negativo da viagem à Amazônia?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA – GESTOR DA RESEX TAPAJÓS-ARAPIUNS

1 – Como funciona a gestão da RESEX?

2 – Como é a estrutura administrativa da TAPAJOARA? Como ela se sustenta financeiramente?

3 – As atividades produtivas que estão localizadas no território da RESEX estão bem definidas? Existe esse mapeamento ou isso ainda está sendo construído?

4 – Como a atividade turística está inserida nas normas de uso público da RESEX?

5 – Como é feito o monitoramento das operadoras de turismo que partem de Alter do chão para visitar as comunidades da RESEX? Já foram estabelecidos os indicadores para monitorar a visitação?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA – COORDENADOR DO PROJETO DE TURISMODA ONG PSA

1 – Como o turismo começou a ser desenvolvido nas comunidades do Arapiuns pela ONG?

2 – As comunidades foram estimuladas e qualificadas para assumir a gestão do turismo de modo independente da assessoria da ONG?

3 – Como ocorre a comercialização da experiência turística nas comunidades do Arapiuns, no mercado de viagens?

4 – Como a ONG coordena sua função social com a assessoria técnica para promover o turismo comunitário?

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PERFIL SOCIOECONÔMICO E PERFIL DA ATIVIDADE TURÍSTICA – COMUNIDADES ANÃ E COROCA

Parte I – PERFIL SÓCIOECONÔMICO

1 – Qual o seu nome?

2 – Qual a sua idade?

3 – Qual a idade das outras pessoas de sua família?

4 – Qual seu grau de escolaridade?

5 – Você nasceu em Coroca?

() Não

() Sim

6 – Qual a religião de sua família?

7 – Qual o número de pessoas na residência?

8 – Quantas famílias residem no imóvel?

1 família	
2 famílias	
3 famílias	
Mais de 3	

9 – Qual (is) a (s) ocupação (ões) de sua família?

		Especifique o principal produto
Agricultura		
Artesanato		
Extrativismo		
Pesca		
Produção animal		
Turismo		
Funcionário público		
Pedreiro		
Aposentadoria		
Comércio		
marcenaria		

10 – De qual ocupação se tira a maior renda familiar? Por quê?

11 – Você recebe alguma bolsa de programa social?

Não

<input type="checkbox"/> Sim	Qual? Desde quando? Quanto?
------------------------------	-----------------------------------

Parte II – PERFIL DA ATIVIDADE TURÍSTICA

1 – Sua família participa do grupo que trabalha com o turismo?

Não. Por quê?

<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Diretamente <input type="checkbox"/> guia do passeio <input type="checkbox"/> tarefas na cozinha <input type="checkbox"/> faxineira no empreendimento turístico <input type="checkbox"/> Lavanderia do empreendimento do Marcio <input type="checkbox"/> manutenção da estrutura física do empreendimento turístico <input type="checkbox"/> Coordenação do grupo de turismo <input type="checkbox"/> Trabalha na lojinha de artesanato
	<input type="checkbox"/> Indiretamente <input type="checkbox"/> Venda de alimentos. Qual? <input type="checkbox"/> artesanato

2– Para você o turismo é importante para a comunidade?

Não. Por quê?

Sim. Por quê?

3 – Vocês tiveram curso para trabalhar com o turismo?

4 – Precisam de algum curso para melhorar o trabalho com o turismo?

5 – O que sua família faz com o lixo que produz?

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO PERFIL DOS TURISTAS

Objetivo: Identificar o perfil do turista que visita Alter do Chão e as comunidades ribeirinhas localizadas nos rios Tapajós e Arapiuns/ Santarém/PA para compor a pesquisa de doutoramento da discente Giselle Assis. Caso queira entrar em contato comigo, meu contato é giselle.tur@hotmail.com. Gratidão por sua colaboração!

RU – resposta única

RM – resposta múltipla

NR/NS – não respondeu/ não sabe

PARTE I – DADOS SOCIOECONÔMICOS DO TURISTA

1. Qual sua faixa etária?

- 18 a 24
- 25 a 34
- 35 a 44
- 45 a 54
- 55 a 64
- 65 ou mais

2. Qual o seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Outro

3. Qual o seu estado civil?

- Solteiro
- Casado
- Divorciado/ Separado
- Viúvo
- Outro: _____

4. Qual seu grau de escolaridade?

- Ensino fundamental
- Ensino médio
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação mestrado/ doutorado

5. Qual sua faixa de renda?

- Até 1 SM (R\$ 998,01)
- Entre 1 SM e 3 SM (R\$ 998,01 a R\$ 2.994,00)
- Entre 3 SM e 5 SM (R\$ 2.994,00 a R\$ 4.990,00)
- Entre 5 SM e 7 SM (R\$ 4.990,00 a R\$ 6.986,00)
- Entre 7 SM e 10 SM (R\$ 6.986,00 a R\$ 9.980,00)
- Acima de 10 SM (R\$ 9.980,00)
- Não possui renda
- Não respondeu

6. Qual seu local de sua residência permanente?

Estado	Cidade	País

PARTE II – ORGANIZAÇÃO E MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

7. Qual foi a **principal** motivação para visitar a região? (RU – **marque só uma resposta**)

- Contato com a natureza amazônica
- Conhecer a cultura de populações ribeirinhas
- Estudos sobre a sociobiodiversidade amazônica
- Conhecer a gastronomia regional
- Outro: _____
- NR/NS

8. Qual (is) atividade(s) você realizou ou pretende realizar nesta região? (RM – **marque uma ou mais opções**)

- Atividades na natureza (caminhada na floresta, observação da fauna e flora, contemplação de paisagens)...
- Interação cultural com populações ribeirinhas
- Degustar a gastronomia regional
- Comprar artesanato
- Outro: _____
- NR/NS:

9. Quem foi seu **principal** acompanhante nesta viagem? (RU – **marque só uma resposta**)

- Viajou só
- Casal
- Familiares com filhos
- Familiares sem filhos
- Amigos
- Grupo de excursão
- Outro: _____
- NR/NS

10. Como esta viagem foi organizada? (RU)

- Eu mesmo(a) organizei sem ajuda de empresas de turismo
- Agência de viagens e/ ou operadora de turismo
- Empresa onde trabalha
- Instituição onde estuda
- Outra: _____
- NR/ NS

11. Você obteve informações, antes de sua chegada, sobre Alter do Chão e as comunidades ribeirinhas da região?

- Não
- Sim. Quais os veículos?
 - Internet
 - Indicação de amigos
 - Reportagens impressas
 - Mídias de comunicação de massa: jornais, televisão, rádio

() outros: _____

12. É a primeira vez que visita a região?

() Sim

() Não

PARTE III – GASTOS E AVALIAÇÃO DA VIAGEM

13. Qual o seu gasto estimado NESTA VIAGEM em R\$?

Hospedagem	
Transporte	
Alimentação	
Atrativos e passeios (incluindo guias)	
Compras	
Outros	
Não sei detalhar porque comprei pacote com tudo incluso	
NR/ NS	

14. A viagem atendeu ou está atendendo suas expectativas? (RU– **marque só uma resposta**)

() Superou

() Atendeu plenamente

() Atendeu em parte. Por quê? _____

() Não satisfez. Por quê? _____

() Decepcionou. Por quê? _____

() NR/NS

15. Você pretende voltar a Alter e região nos próximos anos?

() Sim.

() Não. Por quê? _____

ANEXO A- PROPOSTA COMERCIAL 066/2016 – 19/07/2016

PROPOSTA COMERCIAL 066/2016 – 19/07/2016

Cooperativa de Turismo
e Artesanato da Floresta
TURIARTE

Cliente	Giselle Assis (91) 98123-2700 - giselle.tur@hotmail.com
Prestador de serviços	Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta - TURIARTE Av. Mendonça Furtado, 3979, Sala C – Liberdade CEP 68040-050 Santarém, Pará, Brasil CNPJ 22.939.167/0001-55 - Inscrição Estadual 15.494.382-7
Período	De 19 a 24 de agosto de 2016
Tipo de serviço prestado	SERVIÇOS TURÍSTICOS
Participantes	01 pessoa(s) adulta(s) – cliente Giselle Assis
Valor dos serviços	R\$ 1.061,50
Forma de pagamento	Transferência Bancária: 30% adiantado e saldo até 72 horas antes do início da viagem
Dados para o pagamento	Caixa Econômica Federal - Agência: 3190, Operação 003, Conta-corrente 2139-0
Prazo de validade da proposta	Até 15/08/2016

Serviços incluídos no preço

Hospedagem - em rede na Hospedaria comunitária de Anã.

Alimentação - durante o roteiro (conforme detalhamento diário), água, sucos e café durante o roteiro

Atividades - Apresentação do artesanato em palha de tucumã na comunidade de Arimum.

Contribuições para as associações comunitárias de Anã, Arimum e Atodi. Impostos e taxa de serviços da Cooperativa.

Roteiro	Serviços reservados a serem pagos EXTRAS no local em dinheiro	R\$
1º dia	Passagem de barco de linha Santarém - Anã	R\$ 25,00
2º dia	Frete de bajara Anã, Arimum, Atodi / PARA ATÉ 5 PESSOAS	R\$ 250,00
3º dia	Guia na trilha dos Castanheiros / PARA ATÉ 5 PESSOAS	R\$ 50,00
3º dia	Farinhada em Atodi / PARA GRUPOS DE ATÉ 20 PESSOAS	R\$ 150,00
4º dia	Frete de bajara de Atodi até Anã / PARA ATÉ 5 PESSOAS	R\$ 200,00
5º dia	Passagem de barco de linha Anã – Santarém	R\$ 25,00

Serviços não incluídos no preço

Traslados locais do aeroporto ou do hotel até o barco e vice-versa, antes e depois do roteiro

Hospedagem em hotel em Santarém ou Alter do Chão, antes e depois do roteiro

Redes, cordas, lençóis e toalhas

Refrigerantes e bebidas alcoólicas

Locação de barcos/bajaras comunitárias e motos

DESCRIÇÃO DETALHADA DOS SERVIÇOS - 6 dias / 5 noite – de 19 a 24 de agosto de 2016

1º DIA – sexta-feira 19/08/2016

11:00h: Saída de Santarém em barco de linha em direção a comunidade de Anã.

15:00h: chegada na comunidade, acomodação na Hospedaria Comunitária e lanche de boas vindas.

Visita a comunidade, jantar e pernoite na hospedaria.

2º DIA – sábado 20/08/2016

07:00h – café da manhã na hospedaria de Anã; visita ao projeto de criação de peixes em tanque redes; lanche e roda de conversa com participantes do projeto de turismo; almoço; lanche da tarde e em seguida visita ao projeto de manejo de abelhas nativas sem ferrão e a horta/viveiro comunitário. Jantar e pernoite na hospedaria.

3º DIA – domingo 21/08/2016

07:00h – café da manhã na hospedaria de Anã; em seguida navegação de bajara até a comunidade de Arimum; lanche comunitário, apresentação do artesanato em fibra de tucumã e almoço comunitário; depois do almoço retomada da navegação em direção a comunidade de Atodi.

16:00h: chegada na comunidade de Atodi; acomodação na Pousada Comunitária; lanche de boas vindas; visita a comunidade, jantar e pernoite na pousada.

4º DIA – segunda-feira 22/08/2016

07:00: café da manhã na pousada comunitária e em seguida trilha dos Castanheiros (4 horas na mata, com lanche e banho de igarapé); almoço na pousada comunitária, lanche de tarde e apresentação da farinha; jantar e pernoite na pousada comunitária.

5º DIA – terça-feira 23/08/2016

07:00: café da manhã na pousada comunitária e em seguida navegação de bajara de volta para comunidade de Anã.

Lanche de manhã, almoço, lanche de tarde, jantar e pernoite em Anã.

6º DIA – quarta-feira 24/08/2016

07:00h – café da manhã na hospedaria de Anã; em seguida as 10:00h navegação em barco de linha de retorno para Santarém. Chegada prevista as 15:00h.

Contatos da TURIARTE	Jane (93) 99243-2353, Maria Odila (93) 99158-7816, Davide (93) 99152-7016 , Escritório (93) 3067-8000 - turiarteamazonia@gmail.com
-------------------------	--
