

Formatando roteiros turísticos quilombolas no entorno de Áreas Protegidas no Vale do Ribeira (SP)

Formatting Quilombola Tours in the surroundings of Protected Areas in the Vale do Ribeira (SP), Brazil

Andrea Rabinovici

RESUMO

Comunidades quilombolas do Vale do Ribeira, SP, recebem turistas em seus territórios. Com a perspectiva de grandes eventos, algumas Organizações Não Governamentais (ONGs), entre elas o Instituto Socioambiental (ISA) passaram, a investir na elaboração de roteiros. Neste ensaio serão apresentados o projeto Circuito Quilombola e o I Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas. Estes balizarão uma reflexão acerca das questões de participação e inclusão social. A pesquisa baseia-se na observação direta dos eventos e projeto e nos desdobramentos ocorridos, acompanhados pela mídia além de documentos das ações posteriores. Também são utilizados apontamentos com base em leituras, coleta de depoimentos, observação direta da autora em participações nos fóruns ligados ao tema, com acompanhamento in loco dos eventos e atores a eles relacionados.

PALAVRAS-CHAVE: Quilombos; Turismo; Participação.

ABSTRACT

Quilombolas communities of the Vale do Ribeira, SP, Brazil, receive visitors in their territories. With the prospect of major events, some Non-Governmental Organizations (NGOs), including the Instituto Socioambiental (ISA) started to create tourism routs. In this trial will be presented the project *Circuito Quilombola* and the First *Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas*. Those events will guide a discussion about the issues of participation and social inclusion. The research is based on direct observation of events and the ongoing developments in the project and, accompanied by the media as well as documents of further action. Notes are also used based on readings, collection of evidence, direct observation of the author shares in the forums relating to the subject, with on-site monitoring of events and actors related to them.

KEYWORDS: Quilombos; Tourism; Participation.

Introdução

Comunidades quilombolas do Vale do Ribeira, SP, de forma bem desigual entre elas, têm recebido turistas em seus territórios. Com a perspectiva da Copa do Mundo de Futebol em 2014, algumas Organizações Não Governamentais (ONGs), entre elas o Instituto Socioambiental (ISA) passaram, a investir na elaboração de roteiros, como por exemplo, a criação do Circuito Quilombola Vale do Ribeira - SP. São iniciativas para impulsionar o turismo nos quilombos e com ele os ideais de sustentabilidade das comunidades, da Mata Atlântica e das Áreas Protegidas (APs) do entorno, além de influenciar outras iniciativas semelhantes por todo o Brasil.

Considerando a porção paulista e paranaense, o Vale do Ribeira soma 79 quilombos. Neles já ocorrem atividades turísticas, especialmente nos de Ivaporunduva (Eldorado, SP) e Mandira (Cananeia, SP). Nos demais a atividade ainda é incipiente e pouco profissionalizada.

Segundo o ISA (2008) o Vale do Ribeira possui enorme patrimônio socioambiental, com 21% dos remanescentes florestais de Mata Atlântica do Brasil, 2,1 milhões de hectares (ha) de florestas, 150 mil ha de restingas e 17 mil ha de manguezais. É um dos mais importantes complexos espeleológicos do Brasil. Tem enorme diversidade biológica com mais de 68 espécies ameaçadas de extinção e 40 espécies endêmicas. Tem 24 Unidades de Conservação (UCs) (aprox. 51% da região) sendo 16 de Proteção Integral e oito de Uso Sustentável. Nele residem 12 aldeias Guarani Mbyá e Nandeva, mais de 80 comunidades caiçaras, agricultores familiares e 59 comunidades remanescentes de quilombos na porção paulista do Vale.

Estas comunidades têm sido alvo de atenção de várias ONGs que se propõem a dar assistência em questões jurídicas, técnicas, capacitação em prol da sustentabilidade financeira, ambiental e cultural. Neste ensaio será apresentado o projeto Circuito Quilombola, proposto pelo ISA que lida com a questão do turismo como possibilidade de promoção da sustentabilidade financeira aliada à proteção dos aspectos culturais e ambientais das comunidades. Especificamente, será destacado neste cenário o I Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas, que se deu na Cidade de Registro, SP em junho de 2010. Este projeto e o evento balizarão apontamentos e uma reflexão crítica inicial, acerca das questões de participação e inclusão social de comunidades quilombolas residentes nos entornos de APs através de projetos de turismo propostos por ONGs.

Desta forma, este ensaio se dá a partir da análise do projeto e evento selecionados, bem como seus desdobramentos, refletindo sobre a formatação de roteiros de turismo em comunidades quilombolas, seus conceitos e as ferramentas de participação e de inclusão social elaboradas pelas ONGs, seus mediadores e financiadores.

A pesquisa baseia-se na observação direta dos referidos eventos e projeto e nos desdobramentos ocorridos a partir de então (2010 à novembro de 2011), acompanhados pela mídia além de documentos de ações posteriores produzidas pelos participantes do Circuito (ONG e comunidades envolvidas). Afora isso são utilizados no

artigo apontamentos com base em leituras, coleta de depoimentos, observação direta da autora em participações nos fóruns ligados ao tema, com acompanhamento in loco, permanente e constante dos eventos e atores a eles ligados.

O texto está dividido em duas partes seguidas da conclusão. A primeira apresenta os eventos analisados já tecendo reflexões sobre eles. A segunda traz reflexões sobre turismo em comunidades quilombolas relacionando-as aos segmentos de Turismo Étnico (TE), Etnocultural ou Enoturismo. Ao final, as conclusões misturam as preocupações de fundo teórico de acordo com as realidades analisadas e que poderão servir para refletir sobre as contradições e desafios do turismo em comunidades quilombolas nestas ou noutras experiências similares.

Parte I: Os dados, os fatos e as dúvidas

I Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas

Para refletir, organizar e alavancar o turismo nos quilombos ocorreu o I Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas. Seu mote: Quilombos do Brasil de portas abertas para o Mundo. Foi articulado inicialmente por membros do Ministério do Meio Ambiente e da ONG Instituto Socioambiental (ISA) para tratar da atividade nos quilombos do Vale do Ribeira.

Articulações prévias ao encontro deram maior amplitude ao evento à medida que ele vinha ganhando apoios dentro dos diversos órgãos governamentais. Assim, de local o evento passou a nacional em curto espaço de tempo de tal forma que os quilombolas foram convidados muito em cima da hora, através de divulgação pela internet, ferramenta que não é usada cotidianamente por todos os convidados. Os quilombolas não participaram da montagem do evento e nem da programação, foram convidados a estarem presentes. Muitos receberam verbas para cobrir seus custos de deslocamento, outros não. Estiveram presentes representantes de quilombos de todo o Brasil. Foram 250 participantes presentes entre quilombolas, especialistas e interessados.

O Encontro foi pensado para debater propostas e diretrizes voltadas ao turismo nas Comunidades Quilombolas, abordando experiências e estratégias necessárias ao seu desenvolvimento. Metodologicamente foi organizado de forma interativa e participativa, buscando integrar os diferentes pensamentos por meio de debates em grupos e em plenárias, levando os participantes à reflexão e a uma atitude pró-ativa nos diferentes momentos do encontro. O objetivo geral foi o de estimular o debate e a construção de propostas de aprimoramento do turismo sustentável pautado na valorização e fortalecimento das comunidades. Os específicos foram: construir proposta de política pública para o desenvolvimento do turismo nas comunidades, promover o intercâmbio de experiências e a integração entre os quilombolas.

Os produtos do encontro foram pré-definidos: esboço de uma proposta de política pública para o desenvolvimento do turismo nas comunidades; coleta de informa-

ções e imagens para posterior publicação e audiovisual; carta do Encontro e relatórios da equipe executiva e contratada.

A programação contou com a exposição de experiências, previamente selecionadas, de turismo em quilombos, para exporem seus históricos e as diferenças de forma e conduta existentes entre eles. Teve espaços de diálogos em grupos menores, com participação de mediadores (equipe da organização e/ou especialistas), para a construção de propostas de políticas públicas, diálogo em plenária e muitas apresentações culturais agendadas e outras improvisadas. Além disso, os presentes foram convidados a conhecer in loco as experiências de turismo regionais nos quilombos de Ivaporunduva e de André Lopes, ambas em Eldorado, SP.

Durante o evento, houve preocupação da organização com os processos metodológicos que seguiram os princípios participativos e de construção coletiva de ideias com ênfase no intercâmbio de experiências, tendo como ferramentas a visualização, a problematização, o trabalho em pequenos grupos, mediados por profissionais, sinalizando para a construção coletiva de propostas.

Ao final do Encontro foi redigida: Carta do I Encontro Nacional de Turismo em Comunidades Quilombolas, cujo teor mostra, que, embora o assunto do encontro tenha sido o turismo, as demandas por garantia da terra, da melhoria das condições de vida e a batalha por reconhecimento enquanto cultura são mais importantes do que os ensejos pelo turismo. Estes foram tratados sim, especialmente como recurso para se alcançar as demandas prioritárias para os quilombolas, quase como uma moeda de troca, de convencimento pelo que ali estava sendo proposto e vendido como a possível e, talvez a única “salvação” imediata de seus problemas.

A Carta considerou que as comunidades quilombolas no Brasil, localizadas em áreas com importantes recursos naturais, têm se tornado exemplos de sustentabilidade ambiental e de resgate cultural e, possuem alto potencial turístico, o qual pode servir como alternativa de desenvolvimento, com preservação do meio ambiente e de suas culturas, aliado à geração de renda. Para que isto se dê, é preciso formular políticas públicas voltadas ao fomento dessas atividades.

Foram 11 questões priorizadas nesta Carta, pedindo apoio ao povo brasileiro e a ação integrada de vários setores do governo no sentido de promover políticas e prover recursos técnicos e financeiros para viabilizar as atividades propostas e assegurar seu direito a terra. Entre as prioridades, a questão do turismo aparece como necessitando de apoio para estabelecer um selo próprio, uma certificação de turismo quilombola para as comunidades, com produtos e serviços, incluindo também um processo de capacitação nos quilombos para receber turistas, pensando na Copa do Mundo de futebol (2014) e nas Olimpíadas de 2016. Afora isso é citado como necessário o desenvolvimento de programa de divulgação do turismo, o estabelecimento de um programa de capacitação de lideranças quilombolas para assumir cargos de gestão, o estabelecimento de um programa que avance na implementação da legislação educacional que se refere às comunidades quilombolas e que divulgue suas potencialidades turísticas e a criação de agências quilombolas de turismo evitando intermediários.

Apesar do evento ter sugerido o turismo como saída prioritária, a postura dos quilombolas presentes, especialmente os do estado de SP, e, mais ainda os do Vale do Ribeira foi de cobrança com base nesta troca: o turismo teria que resolver e enfrentar suas questões mais relevantes e prementes. Tal fato obrigou a todos a criar uma outra agenda, na qual estas demandas fossem priorizadas. Como não há conflito nesta aparente contradição, tais questões puderam ser incorporadas como demandas do turismo e assim, permitir que ganhassem força ambas as demandas, até com base nestas questões como justificativas da atenção a ser dada à proposta do Circuito.

O último dia do Encontro focou na formulação de diretrizes para o desenvolvimento do turismo sustentável em Comunidades Quilombolas. Para cumprir este objetivo foram organizados seis grupos de trabalho, elaborando propostas na parte da manhã e a apresentação, ajustes e validação em plenária no restante do dia. A compilação das conversas, percepções, impressões, comentários e sugestões foi feita por técnicos do ISA e resultou num Relatório Técnico (2010) utilizado aqui para as reflexões.

Projeto “Circuito Quilombola”

Realizado pelo ISA em conjunto com seis comunidades do Ribeira, tem, em novembro de 2011, várias etapas iniciadas e outras a serem realizadas. Participam das discussões e da elaboração do plano as comunidades de Mandira, Ivaporunduva, Sapatu, Pedro Cubas, André Lopes e São Pedro, com apoio do Ministério do Meio Ambiente, através do programa Proecotur e do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

Foram várias as atividades: oficinas de planejamento estratégico para se pensar metas de curto, médio e longo prazos, oficinas de validação dos acordos, visitas técnicas e viagens pra Brasília para negociações.

As principais conquistas foram a ampliação do diálogo e a constituição de um coletivo - o Comitê Gestor formado por pessoas das seis comunidades - para pensar e fazer caminhar a formatação do Circuito, com membros das comunidades, do ISA e de outros atores sociais, o aprendizado do que se refere ao tema turismo e, especificamente o de base comunitária, com seus impactos e a informação sobre as dinâmicas e estruturas necessárias para sua implementação e profissionalização.

Ao longo de todas as etapas os participantes discutiram a implementação, monitoramento e avaliação constante do plano estratégico elaborado e das atividades do circuito e o conceito de turismo de base comunitária, suas vantagens e desvantagens. Delinearam responsabilidades para os membros, definiram os valores que nortearão as atividades, os objetivos e as estratégias que serão adotados para o desenvolvimento da atividade turística nas comunidades quilombolas.

As comunidades também elaboraram as fases de gestão socioambiental da atividade turística e discutiram o plano de marketing.

As ações pontuadas e os objetivos estratégicos traçados destacam a necessidade de melhoria da qualidade de vida, da infraestrutura e da fixação dos jovens nos quilombos; a necessidade de um modelo sustentável e igualitário de desenvolvimento; resgate da autoestima e união. Os objetivos apontam para profissionalização do turismo para o mercado, em grande parte em acordo com a visão mercadológica do trade turístico, visando a profissionalização, criação de atrativos, agregação de valores, a permanência nos territórios e a geração de renda.

Apontamentos e reflexões sobre os eventos e seus resultados

Algumas das ações planejadas pelos quilombolas e mediadores nos diversos encontros ocorridos estão aqui comentadas. Nos debates foram tratadas ações visando à profissionalização e a gestão do turismo, relacionadas à melhoria da infraestrutura comunitária e do turismo e políticas direcionadas à sustentabilidade ambiental dos territórios quilombolas, além da questão do aprimoramento da qualidade da experiência turística conforme Relatório Técnico (2010).

A observação direta e leitura dos relatórios e notícias mostram que há um desequilíbrio entre as ações propostas e as demandas comunitárias que são políticas e relacionadas à melhoria da qualidade de vida e fixação dos jovens nos quilombos. Obviamente, é possível se relacionar o incremento do turismo para a solução dos problemas destacados pelos comunitários que, talvez, autonomamente, planejaríamos outros tipos de ações ou invertessem a lógica e/ou prioridades.

Isso fica evidente quando se resume o que os quilombolas definem como valores/forças para o desenvolvimento do turismo quilombola: história de luta, força e sobrevivência da comunidade; costumes, tradições, modos de vida; conhecimento popular ou tradicional; vivenciar novas situações e emoções/cotidiano quilombola; existência de um mundo diferente; receptividade/hospitalidade do povo e conservação e uso sustentável do meio ambiente.

Se estas são as forças, há que se ter muito cuidado para não perdê-las quando se avança em estratégias puramente mercadológicas, conhecidas e recomendadas pelos turismólogos ou outros mediadores como as melhores estratégias, mas que, sabidamente subvertem o modo de ser e de estar no mundo de algumas comunidades.

Lê-se no Relatório Técnico (2010), as respostas a uma das perguntas feitas aos quilombolas que foi: como o turismo tem influenciado na forma e organização da comunidade e integração do território? Cujas respostas principais foram: “Os atrativos turísticos influenciam a comunidade e integram o território”; “O turismo obriga a comunidade a se reunir e pensar novas propostas em nível local e entre outras comunidades”; “A organização participativa, a divisão em grupos segundo as afinidades de cada um é importante”; “A comunicação com pessoas de fora da comunidade e as trocas”; “O incremento na renda de pessoas não inseridas no grupo do turismo na através da venda de artesanato ou de outros produtos indiretos”; “Aproximação dos moradores comunitários entre si”; “Entendimento da necessidade da utilização do território:

como que se tem que valorizar o território”; “A tomada de consciência da valorização do território quando os turistas fotografam e valorizam coisas”; “Turismo reúne as pessoas para debater sobre o que tipo de turismo as pessoas querem”; “Ajuda a identificar as vontades da comunidade, as perspectivas comuns”; “Muda alguns costumes como a chegada de drogas”; “Fortalece a comunidade e o planejamento dela para pensar o desenvolvimento da escola e outros”; “Obriga ao planejamento e a pensar em como que a comunidade se reconhece, a sua conscientização enquanto comunidade e suas potencialidades, com a manifestação dos interesses entre os moradores”; “Influencia o ânimo dos comunitários, promove intercâmbio com trocas de experiência entre as Comunidades e as obriga a buscar novos conhecimentos”.

Estas influências são muitas e mostram um estágio avançado de reflexão, experiência e conhecimento das possíveis influências já existentes ou esperadas. São influências de todas as ordens: pragmáticas – como o aumento da renda, referentes ao diálogo e possibilidades de negociação comunitárias, aprendizado proveniente das experiências com o processo e trocas com turistas, ameaças como a introdução das drogas (e que podem ser várias outras), entre outros.

Os quilombolas, durante as oficinas, relatam como possíveis influências do turismo: o fortalecimento do pensamento coletivo, integração interna, resgate cultural, elevação da autoestima, reflexão sobre o modo de vida da comunidade e formação de jovens lideranças.

Percebe-se, claramente, o processo e alcance organizador que o turismo potencializa, com a formação de novos atores, sujeitos, conflitos, perdas culturais, aumento de organização e profissionalização, em detrimento de uma ou outra forma diferente de sobrevivência, mas que já recebe outras influências diversas, como nos casos da cultura da banana, do palmito e outros.

A expectativa deles é grande. A comunidade mostra-se ciente de sua realidade atual e das transformações que poderão ser sentidas. O modelo organizacional e que aposta na profissionalização dos jovens é facilmente percebido quando são estabelecidas medidas a serem tomadas em prol da organização da comunidade para promover o turismo: formar equipes de acordo com a demanda, com rotatividade entre os membros responsáveis, processo autônomo de gestão do turismo, encontros permanentes entre os envolvidos para reflexão sobre os desafios e as oportunidades, elaboração de projetos para captar recursos, formação de cooperativas e associações e intercâmbio de experiências com outras comunidades.

Este modelo é conhecido por alguns comunitários que já desenvolveram projetos diversos junto à ONGs em outras temáticas e é aqui repetido, fato que pode apontar tanto um formato considerado bem sucedido, e, talvez, o único conhecido pelos parceiros.

Os participantes das oficinas refletiram sobre algumas questões referentes ao envolvimento comunitário nas atividades turísticas: “a comunidade está fora do contexto turístico da comunidade”; “não há governança dos atrativos”; “Dificuldades da

comunidade em se apropriar da atividade turística” e “A organização comunitária para o turismo”. Aqui fica evidente que, embora saiam propostas bastante bem elaboradas em termos de projeto estratégico, há ainda, muito a ser pensado internamente. Preferencialmente entre eles, autonomamente, com pouca ou até sem participação de mediadores. São questões que revelam contradições de expectativas e anseios cruciais.

Uma reflexão aponta para o próprio conceito de turismo de base local ou comunitária. Em Ivaporunduva, assim como noutras comunidades, poucos são os que participam do eixo turismo. Quando participam, o fazem de modos muito diferenciados uns dos outros. Não há consenso sobre esta atividade na comunidade: há sim expectativas diferenciadas, envolvimento distintos até em razão de gênero, de faixa etária, de inclusão social.

Em Ivaporunduva, considerada exemplo de organização para as demais comunidades, em várias instâncias, se optou por “preservar” a comunidade do turismo. Isso se deu com a construção da pousada longe das moradias, do seu centro, e se dá com a participação de somente alguns membros nas atividades e, com a divulgação interna das visitas a serem recebidas de modo que os demais residentes possam se programar para serem vistos ou, para se protegerem caso não queiram ser incomodados. Assim os artesãos expõem seus trabalhos em locais específicos e, nas festividades, é feita uma separação entre os espaços (como os bares) de uso dos turistas e os da comunidade, mesmo ela sendo pequena. Percebe-se uma certa “blindagem” com as interações entre visitantes e visitados bastante delimitadas e superficiais. Esta postura nasce de uma reflexão da comunidade e sempre aparece exposta nas reuniões e consultas sobre o tema. Nos relatos das atividades feitos pelas ISA e publicados pelas Notícias Socioambientais (<http://www.socioambiental.org/nsa/index.html>) a comunidade nas oficinas diz “a atividade turística não deve interferir no cotidiano das comunidades” e outras afirmações do tipo que já aconteceram por ocasião da decisão sobre o local da Pousada (RABINOVICI, 2009). Diante de tais posturas, há que se repensar a divulgação de Ivaporunduva como sendo modelo de turismo comunitário, que, embora seja vendido assim, não ocorre por conta de um consenso, justificado e deliberado por decisão dos quilombolas. Turismo étnico ou cultural, como se verá adiante, talvez sejam segmentos mais adequados à sua realidade e anseios.

As dificuldades de diálogo com o poder público também são pontuadas pelas comunidades, especialmente no que tange a esfera ambiental e com as UCs nas quais estão inseridas (no caso de Ivaporunduva, com Mosaico de UCs de Jacupiranga em 3 UCs): Dependência da UC gera impacto na renda da comunidade; Relação conflituosa entre UC e a comunidade territorial; Conflitos ambientais relacionados ao uso e ocupação do território e, ainda: ausência de interação dialogada entre o parque e a comunidade. Isso é visível. A estrada e o rio Ribeira de Iguape parecem separar dois mundos distintos.

O que se propôs nas oficinas foi: Criar espaço de diálogo, apropriação do território (titulação), melhor gestão, maior aproximação da comunidade com o parque, a inclusão de representantes da comunidade no Conselho Gestor do Parque, estabele-

cer responsabilidades mútuas referentes à conservação das florestas e das UCs e atrativos locais e cativar a união da comunidade.

Percebe-se é que, embora já sejam anos de experiência e que, na região, algumas comunidades são referência em termos de articulação e desenvolvimento, questões cruciais precisam ainda de muita atenção.

Parte II: Preocupações concretas e abstratas

Turismo em Comunidades Quilombolas: compartilhando preocupações

O turismo tem potencial transformador do território e das especificidades culturais. Pode transformar patrimônios naturais e culturais em recursos e, com isso, alterar sobremaneira suas condições de vida e existência. O processo de turistificação ou de formação de identidades próprias para o mercado (Machado, 2004) de determinadas comunidades pode, tanto aprofundar e fazer ressurgir suas culturas, fincar raízes, como perdê-las, ou, algo entre estas duas possibilidades. Tudo dependerá de como for realizado o processo de decisões e implantação.

No caso dos quilombos do Vale do Ribeira, quais opções serão feitas? Em qual segmentação de turismo se encaixarão? O que querem os comunitários? Quais outras opções possuem? A escolha ou não pelo turismo é livre? O modelo a ser implementado respeita a liberdade e os anseios da comunidade? Suas culturas e identidades?

Machado (2004) analisou processos de essencialização de identidade para elaborar o conceito de identidade-para-o-mercado. Esta definição, marcada pela superficialidade das identidades, pelo culto à imagem e ao simulacro, cabe, perfeitamente, para analisar o turismo. Seu estudo sobre a brasilidade em Porto (Portugal) é uma forma possível de interpretar o turismo, dentro do que o autor chama de capitalismo tardio, em um mundo que reforça e intensifica o capitalismo, recria estereótipos e dificulta as práticas e projetos coletivos.

O turismo étnico (TE) pode se valer desta lógica. Ao mesmo tempo pode ser seu contraponto: ao valorizar identidades, historicidade, culturas, tradições. Isso caso resolva estabelecer sua identidade independentemente do mercado. Embora pareça impossível, por o turismo ser atrelado à indústria capitalista, alguns de seus segmentos, como o turismo de base comunitária, se propõem a questionar e direcionar as experiências de contato em possíveis instrumentos contraculturais para repensar o capitalismo, a globalização, a hibridação de culturas, entre outros. Isso só é possível se realizado fora dos ditames do mercado, com comunidades culturalmente mais enraizadas.

Sob o ponto de vista das sociedades desterritorializadas, desenraizadas, urbanas, o TE se revela como um contraponto à vida moderna. Permite o contato com outros códigos e referências culturais, talvez inimaginados e desconhecidos. Estes, por

serem parte de outro universo de referencial, tem o potencial de servir de ponto de inflexão, questionamento e transgressão dos códigos culturais do capitalismo, da modernidade. Mesmo que sejam questionados estes códigos, que seja difícil reconhecer quaisquer objetivos culturais, identitários representativos de sociedades complexas, sem um projeto cultural claro. O contato com culturas orientadas de forma diferenciada, sem idealizá-las, nem o seu consumo, mas a visualização daquilo que fora relegado a um passado, definido como um estágio cultural evolutivo inferior, pré-moderno, tem potencial de fazer os demais povos cientes e reflexivos com seus modos de vida. O olhar de dentro pra fora e de fora pra dentro que faz repensar a existência individual e coletiva das sociedades contemporâneas.

No entanto, o contrário é mais comum: identidades formadas e construídas em processos especialmente criados, mediados por atores com objetivos e interesses distintos, em um contexto de pressão e vulnerabilidade social, são desconectados, recortados e recriados com base em uma montagem, muitas vezes vazia de sentido, para qualquer observador. Estas criações, se bem aceitas pelo mercado solidificam as diferenças e essencializam identidades e preconceitos.

Segundo Machado (2004), a linguagem visual é a que impera e faz esquecer a história e as próprias identidades que deveria simbolizar. O que interessa é somente o mercado que mediará todas as ações, projetos, projeções, mercantilizando pessoas e relações.

No turismo isso é muito comum. Tudo vira atrativo e, a circulação monetária passa a ser objetivo dos promotores das atividades, moeda de troca, indicador de sucesso, entre outros.

Uma identidade vendável é tida como a melhor forma conhecida de permitir a continuação da existência de determinadas culturas no mundo, até por não excluir outras possibilidades de sustento. A constituição de identidades para o mercado, antes de passar pelo crivo dos consumidores, passa por mediadores e comunitários em exercícios de reflexão e valorização de suas culturas e identidades, pensadas enquanto estratégias de venda, mas, não somente, podendo influenciar outros processos identitários, inclusive à conclusão contrária à exposição e entrada de suas culturas nestas relações de mercado. São raros os casos de negação do turismo e do mercado. Raros, mas possíveis. Assim, a exotização ocorre. Como outros processos de construção de diferenciais de mercado, as identidades são criadas, realçadas, modificadas e ajustadas aos diferentes públicos e estratégias.

Embora estes processos sejam, geralmente, propostos e mediados por atores sociais de fora das comunidades, os comunitários são, cada vez mais, ativos e sujeitos do processo. As atividades de cunho participativo estão aí para, de alguma forma, legitimar e justificar ao futuro, aos observadores de fora, eventuais perdas sentidas no processo, além de, já se ter claro que tais processos, por mais lentos e caros, são os únicos capazes de garantir bons resultados, com menos perdas e danos. Nestas perdas sempre há o risco da não volta, da reafirmação do capitalismo de mercado como única possibilidade, mas, o contrário também é possível, caso se mantenham firmes

as raízes, julgamentos e algo que remonte às outras formas possíveis de estar no mundo. Teoricamente é isso que apregoam o turismo de base comunitária e o étnico. Imagina-se aí que o encontro com outros modos de vida permita a inversão de valores das culturas menos enraizadas e as distinções.

A base original motivadora do turismo são os encontros entre diferentes, com o exótico, com o “outro” (em antropologia este encontro entre outros é conceituado como alteridade). Pressupõe o estranhamento e o choque cultural.

Na contemporaneidade tudo conspira contra essa motivação: o turismo virou indústria, os meios de informação antecipam toda e qualquer novidade, a postura permanente dos indivíduos como consumidores faz com que o componente surpresa dos produtos, desapareça. Mesmo assim, a imaginação dos sujeitos destes encontros, pode se guiar tanto por traços de realidade quanto pelo simbolismo embutido na ideia de comunidades quilombolas. A ignorância sobre como estas comunidades vivem na atualidade, conduz a uma imagem carregada de preconceitos, que se estendem às demais comunidades tidas como tradicionais.

Estas imagens podem se refazer mediante contato provocado pelo turismo, e, mais especificamente dos segmentos conhecidos como turismo cultural, etnoturismo ou turismo étnico, turismo etnocultural e ainda, pelo turismo pedagógico, amplamente utilizado por escolares para conhecerem a realidade dos quilombos (atendendo às diretrizes curriculares).

Quaisquer que sejam as definições dos segmentos listados, todos possuem em comum a vontade de conhecer traços culturais diferenciados, contato, amizade, trocas de todos os tipos e que estiverem disponíveis aos dispostos por descobrir novidades, características culturais específicas e de identidade e que podem fazer da atividade etnoturística, algo interessante.

São evidentes as possibilidades de inserção e qualificação dos tipos de turismo possíveis nas comunidades quilombolas. Mais do que taxá-lo, rotulá-lo em alguma categoria ou segmentação, importa pensar nas dimensões das possíveis consequências da sua formatação para os envolvidos: turistas, visitantes, mediadores, atores políticos e sociais. Estas consequências variam e podem trazer mudanças profundas sociais, culturais e identitárias, transformando relações, a organização comunitária e os modos de vida.

No trabalho de identificar-se como atrativo voltado para o mercado, muitas questões novas podem aparecer: o que mostrar? O que esconder? O que deve ser perpetuado? E, o que interessa aos visitantes e à comunidade? Como fazer estas opções e manter estas identidades, sendo elas forjadas ou não? Quem poderá decidir?

O turismo existente e ainda a ser construído nos quilombos cabe perfeitamente dentro das definições de turismo cultural, étnico, ecoturismo, de base local ou comunitária e pedagógico, a depender da ênfase a ser dada, do público, dos beneficiários, do formato que se estabeleça. Aqui privilegiar-se-á o turismo étnico, incluindo nele o cul-

tural, o pedagógico e o de base comunitária ou ecoturismo, a depender do perfil, das escolhas e situação da comunidade, como se verá a seguir.

Turismo Étnico, Etnocultural ou Etnoturismo

O turismo étnico é também conhecido como etnoturismo ou turismo etnocultural. É a visita às comunidades consideradas tradicionais, nas quais a identidade cultural comunitária se transforma em atração. Podem ser comunidades indígenas, quilombolas, ribeirinhas entre outras, mas também podem ser outras culturas de imigrantes, tais como judeus, bolivianos ou outros.

É similar em alguns pontos com o turismo cultural, visto que o atrativo é a cultura de determinada comunidade que preserva traços identitários. Quem procura por este segmento quer conhecer a forma de vida e de reprodução das diferentes culturas, geralmente únicas em suas especificidades. A curiosidade vem do que se imagina ser o modo de vida destas comunidades, e, por este motivo, muitas vezes ocorre a tipificação e a criação de imagens e estereótipos de ambas as partes: visitantes e visitados. Pretende-se que ocorram trocas culturais e o contato com o diferente, com pessoas com traços culturais específicos, costumes, tradições, crenças e toda uma cosmologia, capazes de despertar a curiosidade e a imaginação.

O TE, assim como os outros segmentos aqui citados, tem sido aclamado por muitos, como salvação financeira para sobrevivência de algumas comunidades, bem como resposta sustentável à vulnerabilidade social, econômica e política na qual se encontram. Além de suposta garantia de reprodução cultural e de identidade. Todas essas necessidades, dentro do discurso da sustentabilidade (ambiental, cultural, social, econômica, filosófica etc.), cercam essa atividade turística de expectativas.

Um arcabouço teórico tem sido trabalhado por antropólogos, turismólogos, sociólogos entre outros, para tentar garantir suas premissas, porém, no Brasil, temos ainda poucas iniciativas deste turismo com tempo suficiente para se calcular os impactos, saber o que pode ser melhorado.

São muitos os desafios para a correta experimentação e sucesso desse segmento, o qual, no mínimo o torna um grande potencial de aprendizado, diálogo, investigação científica e trabalho profissional.

As preocupações de quem trabalha com este turismo estão relacionadas às perdas culturais: a estereotipização, folclorização, espetacularização, fetichização, banalização ou ainda, a exotização das comunidades em contraponto à questão da autenticidade cultural, identitária ou étnica.

O turismo sempre potencializa estes processos, na medida em que as comunidades transformam-se em atrativos (o tal índio turístico, comunidades turísticas), identidades forjadas para o mercado, e lhe são úteis como motivadores de desejos. Há, portanto, associados aos benefícios, um potencial destrutivo dos mesmos.

Não é novidade que as comunidades locais estão cada vez mais inseridas na economia mundial, não mais na periferia do sistema capitalista e sim dentro da dinâmica da globalização, trocas e diálogos transnacionais. Elas formatam parcerias com instituições governamentais e não-governamentais nacionais e estrangeiras. São procuradas por turistas, agentes e mediadores preocupados com conservação socioambiental. Sabendo disso, atribuir ao turismo todas as responsabilidades e méritos por eventuais alterações da identidade seria dar a ele um valor maior do que tem. No entanto, assim como as demais influências, o turismo, de fato, pode ser responsável por reforçar a etnicidade local e promover ressurgimento e revitalização cultural.

Fundamental é que as atividades sejam de interesse e conduzidas pelas comunidades. Que estas saibam dos seus potenciais, e, que definitivamente, entendam a força que podem vir a ter na condução dos seus destinos e, também nos dos visitantes, já que tem potencial para servir de inspiração para mudanças. O contato pode revelar, à sociedade em geral, novos pontos de vista sobre as comunidades, já não mais romantizados ou preconceituosos, mas agora observados em suas contradições e complexidade.

São poucas as experiências concretas avaliadas e monitoradas no Brasil. Podemos citar como emblemáticas algumas delas, todas relativamente recentes, sem um espaço de tempo para serem avaliadas: Entre os quilombolas, as experiências mais reconhecidas e pioneiras são as de Ivaporunduva e de Mandira, no Vale do Ribeira, SP e a da comunidade de Monte Alegre no Espírito Santo. Temos também quilombos no Ceará, no Maranhão, no Rio de Janeiro, Rondônia e em várias outras regiões do Brasil. Na Amazônia temos muitos ribeirinhos e, ao longo do litoral brasileiro temos caçaras e pescadores exercendo atividades de turismo.

Para turistas e moradores de grandes cidades, estas comunidades são tidas como exóticas. Mas, em uma sociedade urbanizada em sua maioria, quem precisa do exótico? Seria o TE mais uma versão pós-colonialista contemporânea? Um grande mercado, assim como o dos alimentos orgânicos e tudo o que ainda não está dentro dos processos industriais e mercantis? Para beneficiar a quem? De que forma? Financeira somente? Quais seriam os limites da atividade? Quem pode defini-los?

Antropólogos, defensores da sociodiversidade, da pluralidade cultural apresentam argumentos interessantes, a favor ou temerosos com as possíveis consequências decorrentes do TE. Se por um lado pode haver o auto-reconhecimento, o

resgate cultural, renascimento étnico, orgulho cultural, uma saída para a manutenção de culturas em processo de desaparecimento entre outros, por outro lado, a vergonha resultante da comparação e baixa autoestima cultural, a fetichização e a banalização decorrentes do marketing cultural, o forjar de identidades, a(s) identidades, o reconhecimento, a esquizofrenia, camisa de força, as exigências, a turistificação, a judicialização das comunidades, a “onguização”, o processo de exotização, a efetivação de estereótipos, as prováveis injustiças, as disputas simbólicas... Além disso, a indianização, quilombolização, caiçarização, caipirarização da modernidade (SAHLINS, 1997) colocam as culturas em movimento, reinvenção, ativam-se, abusam de mecanismo legais e amparos internacionais, curiosidades, subvertem o próprio exotismo, revelam-se como novas alternativas para comunidades, em sua maioria carentes de recursos financeiros.

O TE parece atender a uma demanda contemporânea de satisfação de expectativas de consumidores pós-modernos em relação ao contato e vivência com grupos étnicos, detentores de traços culturais peculiares e, muitas vezes, considerados exóticos. Também é comum haver comunidades sujeitas e partícipes, ao seu modo, da globalização e que ocupam espaços, ou até nichos, importantes dentro do sistema mundial, requerendo para si aspectos que entendem como importantes para sua continuidade cultural, social.

Esta etnicidade que é vendida aos turistas e visitantes, em sua maioria é estereotipada, política, definida de acordo com interesses próprios a serem conquistados e/ou garantidos e que dizem respeito às conquistas e garantias fundiárias, culturais e econômicas. Não se trata de uma essencialização de uma categoria cultural, nem de sua folclorização, mas sim, de artefatos que possibilitam a visibilidade comunitária, atraem a atenção de turistas, políticos, juízes entre outros na direção da superação do desafio que é ser tradicional, ser indígena, ribeirinho ou quilombola na contemporaneidade. Assim, ser um atrativo é, em muitos aspectos, questão de sobrevivência.

Semelhante ao conceito de turismo de base comunitária ou local, o TE é dá e para a comunidade, que deve, preferencialmente, ser protagonista, proprietária dos empreendimentos e principal beneficiária dos mesmos.

Admitir esta perspectiva da turistificação de comunidades a partir de uma necessidade concreta pode, segundo Grunewald (2001) remover a conotação pejorativa da crítica ao índio ou comunitário turístico, em face da autenticidade ou não das manifestações culturais exibidas. Para o autor, esta noção de índio turístico pode ser encarada enquanto sua inserção, em certo sentido dinâmica e positiva, em novas relações culturais e econômicas, assumindo um papel de agente integrante ou até mesmo fundador.

Essa dimensão de encenação cria as condições para atender à demanda de pessoas por autenticidade. O turismo pode assim possibilitar a articulação de saberes e culturas e, de alguma forma conectar mundos diferenciados.

Buscar a sobrevivência a partir daquilo que se tem como referência ou herança cultural, aderindo às “regras do jogo” da sociedade contemporânea, assumindo os riscos e benefícios que tal atividade pode trazer, sendo ela produto de diálogos, decisões e definições internas às comunidades, mesmo que resultem em uma série de transformações, pode ser considerado autêntico, na medida em que resultam de movimentos comunitários de busca alternativas de sobrevivência, de permanência e da viabilidade de suas culturas, previstos na dinâmica de qualquer cultura, e, portanto, criativos, sem disfarces, contraditórios, porém autênticos.

O TE pode ser das estratégias mais viáveis para essas sociedades: gerar renda, inclusão social e assim evitar a saída dos comunitários de seus territórios. Pode ser estratégico para sua inserção na ordem global, econômica e cultural, visando a alcançar um modelo de desenvolvimento vinculado aos aspectos ambientais, sociais, culturais e econômicos das comunidades.

O TE, assim como o etnodesenvolvimento e o etnoconhecimento podem ser considerados formas ideais de manutenção das comunidades de forma a garantir, por um lado, a manutenção do diferencial étnico da comunidade, o qual depende do controle do grupo em relação a seus recursos, terras, organização e cultura e, por outro lado, a pluralidade do conhecimento das sociedades urbanizadas, a viabilização da sociodiversidade, a ampliação dos saberes contemporâneos.

Ao aceitarmos como fato que a grande maioria das culturas não-ocidentais tradicionais tem concepções bem diferentes da visão da realidade que possuem os que compartilham a preeminência do pensamento racional e racionalizante; da ideia de natureza apartada da cultura, da concepção linear de tempo, do pensamento linear, da concepção de bem estar social e riqueza baseados em posses de bens materiais entre outros, o contato com comunidades nas quais o pensamento mítico e simbólico persiste, a natureza e cultura são inseparáveis, tempo e espaço são circulares, não lineares, e, o bem estar e a qualidade de vida devem-se também às dimensões cósmicas e espirituais, está-se diante de um encontro, de um diálogo intercultural que pode ser revolucionário para ambos: turistas e anfitriões.

Sahlins (1997) já previa a indigenização da modernidade, na qual, o contato entre culturas facilitaria a sua reinvenção, sua transfiguração bem como sua contribuição para a quebra da homogeneidade cultural, da monotonia, da homogeneidade, do tédio da modernidade (KURZ, 1998).

Isto posto, e, lembrando o lugar da cultura em nossas vidas, primeiro relegada pelo sistema capitalista à uma atividade supra-econômica, ao campo denominado “tempo livre”, algo não muito sério, um descanso e, depois, com o tempo,

apropriada pela indústria cultural, ela mesma, industrializada, degradada e condenada a virar produção com lucro e desqualificada (KURZ, 1998). Essa economização da ordem social é a que se observa quando são criadas comunidades turísticas. Esse movimento se esgotará com a finitude da pluralidade e da diversidade cultural, especialmente aquela que produz cultura gratuitamente, de forma alheia ao comércio e à indústria. Daí também a necessidade de se pensar a sustentabilidade e as perspectivas a longo prazo do TE.

É importante lembrar que, quaisquer que sejam os impactos, as mudanças culturais nas comunidades dos visitados e dos turistas, a cultura é um processo dinâmico, sempre permeável a transformações. Querer congelá-la somente para desfrute de turistas é impor uma prisão aos comunitários que são pessoas reais, não podem estar isoladas e presas a um passado. Interessados devem saber, acima de tudo, respeitar a liberdade das comunidades, preocupar-se e apoiá-las, quando convidados, com seus saberes técnico-científicos evitando-se assim um pós-colonialismo e falsos problemas relacionados a um novo mito, da comunidade autêntica, intocada, pura, virgem, original. Este mito já se revelou complicado quando aplicado às florestas...

Conclusões: Contradições e desafios do Turismo em Comunidades Quilombolas

Potencial existe. Não há dúvidas sobre os possíveis benefícios que as comunidades quilombolas podem ter ao profissionalizarem as atividades turísticas. O turismo já ocorre, de modo às vezes desorganizado e predador. Se bem feito, os turistas podem ser beneficiados pelo aspecto cultural, pedagógico, educador que a atividade potencializa. Por que então o convite a questionar se é mesmo interessante transformar comunidades quilombolas em turísticas?

A ideia destes apontamentos é trazer à tona reflexões iniciais, no intuito de colaborar com esta nova agenda que está a se estabelecer no Vale do Ribeira e noutros cantos do Brasil, fruto de um momento pré Copa do Mundo (2014), no qual os diversos segmentos turísticos recebem aportes de recursos voltados à criação de novos roteiros, daquilo que se supõe interessar o público ampliado por grandes eventos.

O Estado de São Paulo, diante da perspectiva da Copa, está prestes a viabilizar o primeiro circuito planejado de turismo em comunidades quilombolas, depois de alguns anos de experiências não planejadas. Após discussão realizada entre quilombolas e técnicos especialistas no Encontro e nos seus desdobramentos, algumas questões importantes ainda precisam ser colocadas no intuito de ampliar o debate e minimizar os possíveis erros. O Encontro questionava: “Qual turismo queremos?”, porém em nenhum momento perguntou às comunidades presentes

se queriam ou não turismo e, isso partindo do pressuposto de que todas sabiam o que era turismo, e seus diversos formatos e possibilidades.

Além das questões sobre participação e inclusão social, ainda é tempo de pensar sobre o estado da arte do turismo étnico, já com algumas experiências emblemáticas em comunidades quilombolas, e ponderar sobre as principais transformações que o turismo poderá promover. Por isso estão aqui observações sobre o debate ocorrido em torno do I evento nacional e das suas consequências. Chamando os envolvidos a atenção, paciência e maiores cuidados.

Boas decisões dependerão da qualidade da participação social, da liberdade e da autonomia dos comunitários em relação aos projetos propostos, ponto principal para o sucesso dos projetos e das parcerias, ou o seu contrário. A análise crítica dos conceitos, tipos e escalas existentes de participação em projetos de turismo capitaneados por ONGs pode minimizar consequências não desejadas e previstas já conhecidas e estudadas por diversos autores. Ainda é delicado, por mais guerreiros que sejam historicamente os quilombolas, sua situação, sua crescente inserção no mundo globalizado e as expectativas criadas.

Sahlins (1997) é otimista quando diz que a cultura não se perderá, mas lembra que, quando realçada, teria o poder de marcar hegemonicamente sua servidão, controle, distinção e encarceramento de seus detentores nos seus espaços de sujeição, demarcando, definitivamente, a sua separação dos espaços de poder, legitimando desigualdades, diferenças, racismo entre outros.

A cultura aí seria instrumento de diferenciação social a ser utilizada conforme interesses. Claro, já estão sendo percebidas pelos envolvidos o quanto de vantagens e de desvantagens, o caráter político e pragmático, estão implícitos nos conceitos e nas leis que regem a tradicionalidade. É uma via de duas mãos e, os quilombos, quando se assumiram enquanto tal, para garantir a posse e titulação de suas terras, tiveram que fazer tais reflexões.

Agora, tendo se assumido enquanto quilombos, alguns já com título definitivo de suas terras e, com poucas alternativas de geração de renda, se vêem às voltas com a ideia do turismo, novamente a repensar suas identidades e seus destinos a partir delas. Segundo Sahlins (1997) estas culturas estarão sempre desaparecendo e sendo tomadas por novos ímpetos e forças permanentemente intensificadas e recriadas. Por vezes reaparecem como contracultura e podem servir de inspiração e de contraponto ao pensamento único.

Para Sahlins (2007:133) *“É assim que se faz hoje a história cultural, em um intercâmbio dialético do local com o global. Pois ficou bem claro agora que o imperialismo não está lidando com amadores nesse negócio de construção de alteridades ou produção de identidades”*. O que o turismo estaria fazendo é imprimir uma

velocidade às já tão dinâmicas culturas. Estes movimentos terão várias consequências possíveis, uma delas o repensar de todas as identidades envolvidas.

A etnicidade já foi pensada e serviu como elemento de resistência o qual passaria a ser absorvido, como tantos outros, pelo mercado. Agora, em um outro ciclo, ela volta a ter esta possibilidade.

Segundo Grunewald (2003), a homogeneização cultural sofre influência do turismo e produz constantemente novas etnicidades. A etnicidade para o turismo-mercado ressaltaria os esforços de turistas e nativos para atender suas demandas.

Há uma seleção de aspectos a serem trabalhados nesta etnicidade reconstruída. São aspectos da cultura ligados à persuasão e ao divertimento, forjados para transações comerciais. O que estaria na essência pode estar preservado ou destruído, o que, no segundo caso, pode condenar ao fracasso as estruturas montadas. Pode dar certo também, caso não haja uma busca de autenticidade nestes novos “atrativos”, que, irão se massificar. Pode ser uma opção deliberada dos quilombolas, ao optarem por outros formatos de exibição, tais como teatralização, ou até a promoção de atividades de ecoturismo ou outra alternativa viável a depender dos potenciais, por eles conduzida.

Há vários casos em que comunidades indígenas usam suas terras e atrativos naturais para ganhar dinheiro com turistas, independentemente de estarem interessados nas questões culturais. A etnicidade comercial tem sua legitimidade e, dependendo do ponto de vista, é uma constante em qualquer pessoa que venda sua força de trabalho, suas qualidades, sejam elas étnicas, provenientes de habilidades e competências intelectuais, físicas, talentos ou dons trabalhados ou naturais. Todos forjam suas identidades para se vender em um mercado, mantendo ou não uma identidade original, nas horas de descanso. As ONGs e os mediadores sabem e fazem o mesmo...

Se o TE permite a troca, o choque cultural, o autoconhecimento dos envolvidos, permite também estabelecer estratégias de sobrevivência material, cultural e mítica. De todos. Adotar o turismo como estratégia é enfrentar um caminho cheio de bifurcações. As decisões envolvem a própria identidade e sobrevivência, podem apontar para novos rumos, para pensamentos ampliados, menos lineares, simplificados e racionais do que os que são previstos na lógica que se vê sendo operada pelos envolvidos, nas estratégias, no formato, nos anseios, editais, diálogos... Isso leva tempo para ser (bem) feito.

Referências bibliográficas

GRUNEWALD, R. de A. Turismo e Etnicidade **Horiz. antropol.** vol.9 no.20 Porto Alegre Oct. . http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200008&script=sci_arttext, 2003.

KURZ, R. Cultura degradada, **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 mar., Mais!. Disponível em: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz30.htm>, 1998.

MACHADO, I. J. de R. Estado-nação, identidade-para-o-mercado e representações de nação. Revista de Antropologia. **Rev. Antropol.** vol.47 no.1 São Paulo 2004.

RABINOVICI, A. Organizações Não Governamentais e Turismo Sustentável: tri-lhando conceitos de participação e conflitos. 340 p. **Tese** (Doutorado em Ambiente e Sociedade) - NEPAM – UNICAMP, Campinas, SP, 2009.

SAHLINS, M. O. "pessimismo sentimental" e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um "objeto" em via de extinção (parte I). **Mana**, v.3. n.1. Rio de Janeiro Apr. Disponível: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131997000100002&lng=en&nrm=iso, 1997.

SAHLINS, M. O. "pessimismo sentimental" e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um "objeto" em via de extinção (parte II). **Mana**, v., n.2, Rio de Janeiro Oct., Disponível: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131997000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt, 1997.

Documentos consultados:

Relatório Técnico: I Encontro de Turismo em Comunidades Quilombolas. 2010. 55 p. Disponível em: <http://blog.mma.gov.br/turismoquilombola/files/2010/11/Relato%CC%81rio-Encontro-Quilombola.pdf>. 30/09/2010.

Agenda socioambiental de comunidades quilombolas do Vale do Ribeira / editores Kátia M. Pacheco dos Santos, Nilto Tatto. -- Instituto Socioambiental, 2008. Disponível: <http://www.socioambiental.org/prg/rib.shtm#diag> (versão PDF). Acesso em 22/11/2010.

Quilombolas do Ribeira retomam oficinas para definir plano de turismo em suas comunidades [15/10/2010]. ISA, Raquel Pasinato. Disponível: <http://www.socioambiental.org/nsa/detalhe?id=3184>. Acesso em 15/10/2010.

Comunidades quilombolas validam resultados e definem ações do circuito de turismo [22/11/2010] ISA, Mauricio de Carvalho e Raquel Pasinato. Disponível: <http://www.socioambiental.org/noticias/nsa/detalhe?id=3215>. Acesso em 22/11/2010.

Quilombolas do Ribeira visitam comunidade-modelo no Espírito Santo. ISA, Instituto So-cioambiental. [27/05/2011 16:22] Disponível: <http://www.socioambiental.org/nsa/detalhe?id=3345>. Acesso em 27/05/2011.

Quilombolas começam a planejar o Circuito de Turismo de base comunitária [30/09/2010 16:43] ISA Raquel Pasinato. Disponível: <http://pib.socioambiental.org/en/noticias?id=92897>. Acesso em 30/09/2010.

Comunidades quilombolas participam de encontros para debater turismo de base comunitária e patrimônio cultural. [27/11/2011 11:18]. ISA. Disponível: <http://www.socioambiental.org/nsa/nsa/nsa/detalhe?id=3465>. Acesso em 27/11/2011.

Andrea Rabinovici: Universidade Federal de São Paulo, Diadema, SP, Brasil.
Email: andrearabinovici@gmail.com
Link para o currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4506171831521594>

Data de submissão: 22 de janeiro de 2012

Data de recebimento de correções: 22 de janeiro de 2012

Data do aceite: 20 de março de 2012

Avaliado anonimamente