

Lúcio Flavo
Marini Adorno

El uso del turismo como nuevo vector de posicionamiento estratégico

Una conjunción de los quehaceres político, comercial y geopolítico en Brasil*

Universidad Federal
de Tocantins,
Palmas, Brasil
adornolf@uol.com.br

EN LA PRIMERA mitad de los años noventa se multiplicaron las interpretaciones de los analistas sobre la pérdida de consistencia y de interés de los Estados-nación por las acciones geopolíticas, dadas las transformaciones en el juego del poder económico internacional. Los intereses comerciales preceden a todos los demás en términos de materialismo histórico, sobre todo en esa etapa del capitalismo global que hizo a los gobiernos más dependientes de las inversiones externas en el mercado doméstico. Mientras tanto, aparecieron intereses de proyección del poder en el sector público-estatal que se adaptaron a las nuevas reglas del juego y formaron nuevas alianzas, desde la escala de la microfísica del poder político y comercial hasta la de los grandes conglomerados de corporaciones y sus efectos en las relaciones diplomáticas internacionales.

Un escenario contradictorio surge entre las consecuencias de la globalización, que permite una nueva fase de crecimiento económico junto con la vulnerabilidad del aparato estatal, se enfrenta a la necesidad de encontrar respuestas y de revitalizar su papel fiscal, regulador e inductor del desarrollo socioeconómico a través de acciones que le garanticen su propia legitimidad política ante la opinión pública y los grupos económicos.

En ese sentido, es notorio que las actividades turísticas formales van ganando importancia frente a las necesidades del crecimiento económico, así como, en principio, tales actividades son bienvenidas por los que ansían el desarrollo de una nación, pudiendo agregar no sólo el valor económico recibido, sino también un valor político, cuando sirven para afirmar las iniciativas públicas del sector. El uso del entretenimiento es la actividad más evidente, en tanto recurso eficaz de conquista del apoyo popular, con mayor fuerza en las regiones periféricas. Es con esta perspectiva que el Estado enfoca sus acciones, según las necesidades comerciales del sector, valiéndose de sus actividades para responder a las demandas económicas y políticas, o como en estos últimos años, creando nuevas estrategias de acción en el campo geopolítico.

Con la fuerte valorización del turismo en este principio de siglo, es necesario percibir en qué medida la política pública en materia de turismo se relaciona con las cuestiones de los requerimientos y artimañas del poder en el actual proceso de globalización del orden económico. Se trata de una nueva área de investigación que precisa ser abordada: la vinculación de los asuntos regionales con la geopolítica de las redes que operan la cadena productiva turística. En estos tiempos se decide la formación de una nueva imagen regional, sobre todo en los casos de las regiones periféricas de Brasil, como el noreste y la parte norte de la selva del Amazonas, a través de la creación de territorialidades alternativas y de intenciones veladas. La parte comercial se hace más evidente en estas territorializaciones, especialmente dedicadas a la construcción de bloques económicos, lo que remodela los caminos en busca de la integración de estos territorios.

* Traducción: Daniela Tarazona

No es por azar que los tres factores para el desarrollo del turismo en un país o en una región sean la estabilidad política, social y económica

En este proceso de remodelación hallamos que los principios de competitividad empresarial influyen en las políticas regionales de desarrollo, así como en el diseño territorial de nuevos flujos comerciales considerados estratégicos. No se trata de *estrategia* según la convención militar y geopolítica, sino de la incorporación de tales principios en la planificación empresarial estratégica del mercado. En este escenario se encuentran todos los sectores importantes de la economía mundial, dentro de los cuales está el régimen de crecimiento del sistema turístico, ya sea en el ámbito de la creación, promoción y operación de productos turísticos o en el establecimiento de directrices gubernamentales para definir una política de desarrollo del turismo nacional o regional.

Desde la década pasada se señalaba al turismo como el sector de mayor crecimiento en términos de volumen de negocios, especialmente favorecido por la reducción de barreras jurídicas en las fronteras y por la facilidad de las transacciones financieras, propias de las regiones consideradas democráticas y políticamente estables. Dada la expresión de estas actividades turísticas, tanto desde el punto de vista del inversor de capital progresivo como del volumen de personas y valores simbólicos consumidos, el sector turístico se considera un nuevo vector de orden político, capaz de influir cada vez más en la formación de la opinión pública. Así, consideramos que existe una simbiosis de intereses que gravitan alrededor del turismo en todas sus escalas, configurándose un nuevo teatro táctico de operaciones, además de las económicas y las políticas. En este teatro se muestran varios factores (modos de consumo, códigos de conducta, defensa de valores, discursos dogmáticos o falsos) por los cuales se enfocan incluso al poder estatal.

Por lo tanto, ¿dónde estarían y cuáles serían algunos de los indicadores de los usos del turismo como nuevo vector de posicionamiento estratégico? ¿Cómo percibir la relación entre el turismo y la política, y el alcance de tal dimensión?

CONSIDERACIONES SOBRE LAS VINCULACIONES DEL TURISMO A LA PROYECCIÓN POLÍTICA

Examinar la atención a la relación entre turismo y política implica toparse con el arcabuz conceptual de ambas partes, lo que nos llevaría a un análisis interminable dadas sus diferentes analogías. Así, creemos pertinente detenernos en algunas consideraciones más, orientadas a la discusión que pretendemos explorar. Ambas construcciones conceptuales están cargadas de corrientes epistemológicas (e ideológicas propiamente dichas) que nos llevan a afirmar que se consideran como verdaderos fenómenos formados por valores dialécticos e incorporados como directrices concretas, viéndose como mecanismos de aplicación a la técnica y el arte.

El pensamiento político de Brasil encuentra en el liberalismo su filosofía dominante, y su lógica materialista en la democracia de mercado. En realidad, en Brasil, como en otros países latinoamericanos, el Estado precedió a la nación, y el ideal también antecedió a lo social. En esto se funda el mecanismo generador de toda la manipulación del poder político brasileño: forjar situaciones, posiciones, condiciones y medios, forma parte del imaginario aceptado de progreso social. Tradicionalmente, el aval popular al desempeño público-político se asienta en las obras que sirven como atractivo para los arquetipos, enmarcados por la magia festiva

propriadamente dicha: *shows* musicales y gastronómicos que dan el tono final al proceso de seducción política, en los casos en que el empleo público no está disponible como moneda de cambio. Se trataría entonces de percibir preliminarmente que la acción de Estado se da en los rubros de la “sociedad del espectáculo”.

La evolución del Estado contemporáneo exige el progresivo perfeccionamiento de sus métodos de decisión, control y acción, para lo que son imprescindibles mecanismos e instrumentos de inducción y persuasión de la opinión pública. Estos instrumentos representan un conjunto de principios que, coordinados, orientan idearios cargados de simbolismos hacia el establecimiento de valores y su materialización en normas de conducta moral, económica y jurídica. Se trata de un adoctrinamiento de los intereses y objetivos del poder político que se erige como bien común, con carácter público, pero que en esencia, constituye una doctrina de acción política.

La naturaleza de una doctrina se caracteriza por el tipo de acción que desea provocar, desde que suma a su base teórica una capacidad de acción, asegurando su legitimidad y eficacia operante en los conceptos universales del bien común. Una doctrina de acción política está revestida de una dimensión doble, una técnica y otra artística, en una combinación de racionalidad y emotividad, en donde la última desempeña un papel estratégico más fuerte. Esta construcción doctrinaria tiene dos elementos fundamentales como base racional: objetivos a lograr y medios a emplear, siendo los medios los recursos a mano para alcanzar los objetivos deseados.

Con las nuevas divisiones de poder derivadas del orden internacional posterior a la guerra fría, marcadas por la hegemonía militar y económica de los Estados Unidos y por la flexibilización de los mercados y de las fronteras nacionales impuesta por el régimen de acumulación global, el ejercicio del poder estatal depende directamente de los acuerdos que se tomen con el poder de las corporaciones industriales y, sobre todo, de las financieras.

Ante la dimensión de esta desproporción de poder entre los Estados-nación, encontrar el margen de maniobra en el campo de las relaciones internacionales es el gran desafío genético de supervivencia y legitimidad del propio ejercicio político de innumerables gobiernos nacionales sobre sus territorios. En esta etapa de la globalización, la interdependencia económica entre los países parecía ocultar intereses geopolíticos, sobre todo en cuanto al margen de maniobra ante los complicados recursos de acción política en países menos capitalizados.

En el campo ideológico convencional, se permitía cada vez menos la irrupción internacional de alguna nueva matriz capaz de ponerse en una misma escala con el neoliberalismo occidental, dada la pujanza de éste y su alta eficacia competitiva en términos de innovación tecnológica, científica y económica, para sustentar la ideología del régimen democrático y sus valores humanistas y liberales.

La consolidación del poder se volvió menos dependiente de las actitudes bélicas. Estas actitudes de todas maneras se adoptan, pero no garantizan la adaptación y conversión que es vital para la supremacía de un régimen. La conversión implica convencimiento, que a su vez genera sentimiento. Tal es el papel estratégico del arte de la construcción de una doctrina: la conquista de los corazones y de las mentes. Aquí se encuentra la solución del nuevo ajedrez político nacional e internacional, la conexión entre turismo y política, entre la política de hacer turismo y el sector político de la actividad turística. No es por azar que los tres factores para el desarrollo del turismo en un país o en una región sean la estabilidad política, la social y la económica.

Como ya se dijo, el fenómeno del turismo ganó terreno gracias a la apertura de mercados y a los avances tecnológicos en comunicaciones internacionales y transacciones financieras, pero también por la expansión y adopción de la ideología democrática que permea una dimensión existencial que anima los flujos. En estos flujos se establecen territorios de comunicación turística, donde los mensajes están diseñados para caber en el paquete de revelación y encantamiento, dándose un diálogo de pocos intercambios reales, como apunta Wainberg (2003: 16):

La comunicación turística siempre está mediada por artefactos del otro. En este andar se consumen marcas, imágenes, significados empaquetados, narrativas agendadas por cursos itinerarios premoledados. Un diálogo de pocos intercambios. Los discursos se dan en oferta. Se consume lo que

dicen las palabras escogidas, planeadas y arregladas. Ese es el acuerdo tácito de los hablantes y escuchas. [...] En el turismo se consumen productos simbólicos preparados para la digestión [...] Al *surfear* sobre olas simbólicas, es posible inferir significados de signos.

Como podemos ver, se le asigna al turismo un papel estratégico en la construcción de la economía simbólica actual, que algunos autores consideran posmoderna, en la cual la imagen de consumo demanda el producto, o sea, un acervo de signos que inducen a sus adeptos más fervorosos a servir como adoctrinadores de los discípulos en potencia: los turistas y los consumidores dentro de esa industria. El alcance de esa dimensión es mundial, permitiendo un flujo de transmisión de imágenes –de lo local a lo global–, un juego de luces que refuerza los proyectos del poder local, en un escenario nacional o internacional, tejiendo en otros canales la malla de la geografía del poder oligárquico y partidario de las huestes de un nuevo arte de hacer geopolítica estatal. Para comprender mejor este caleidoscopio, nos fijaremos en el comportamiento de estos fenómenos en el caso brasileño.

PRINCIPIOS DE POLÍTICA PÚBLICA Y TERRITORIAL EN BRASIL EN LA FORMACIÓN DEL TURISMO NACIONAL

Las raíces del turismo en Brasil se remontan a los viajes de exploración y de reconocimiento de la época colonial, con motivos científicos o geopolíticos, por el control de las fronteras del Plata, de los Andes y caribeñas. Ciertamente, considerar esta fase colonial como auténticamente turística sería un gran error, dado que no encontramos la presencia del auténtico turista, pero los viajes y las expediciones al interior del país, con su carácter de aventura y de descubrimiento de nuevas tierras, dejaron el legado del turismo de aventura, según las fórmulas del ecoturismo, el turismo náutico, los *rallys* e incluso el turismo de la sierra y rural.

El territorio brasileño está marcado por un proceso de ocupación desigual, cuyas diferencias económicas resultantes provocaron una configuración espacial del país con distintas características socioculturales, cuya materialización espacial formó las grandes regiones brasileñas: sur, sudeste, centro-oeste, noreste y norte. Esta configuración, superpuesta y delimitada por los extensos biomas brasileños (Atlántico, Cerrado, Pantanal y selva amazónica), movilizaba por el proceso de expansión de una frontera económica de un país periférico hacia el sistema capitalista internacional, atraería la atención gubernamental por su problemática de desarrollo regional considerando los graves contrastes económicos entre esas regiones. Este escenario, de un modo u otro, siempre recibió la atención de los sucesivos gobernantes del país, tomando en cuenta especialmente que la receta para enfrentar la cuestión regional sería implantar una nueva estructura productiva, de forma que se generara una integración económica entre todas las regiones.

El máximo exponente de la tarea de gobernar en Brasil siempre estuvo en la ideología liberal-desarrollista, particularmente vinculada a la mentalidad de realización de nuevas obras civiles, sintetizada por excelencia en el lema “Gobernar es abrir caminos” del presidente Washington Luís, desde la llamada República Vieja (1889-1930). En el aspecto económico, la matriz del desarrollo del país estuvo determinada por la política vial del gobierno, que permitió la expansión de las fronteras agrícolas y la integración comercial del interior. Tales medidas contribuyeron paulatinamente a la construcción de una red vial que serviría de infraestructura regional para el posterior establecimiento de los flujos turísticos del país, dado que la política vial se vio reforzada por una política industrial basada en la incorporación de un parque automotor, sobre todo a partir de los años cincuenta.

La construcción del aparato estatal brasileño gana forma al final de la década de los cincuenta, correspondiente al periodo político conocido como Estado Nuevo o la “Era Vargas”¹ (1930-1945) y del Plan de Metas² (1957-1960) impulsado por el gobierno de Juscelino Kubitschek, dado que se incorpora el planeamiento económico como forma de buscar el

crecimiento y su distribución espacial. En este proceso, entre los planes de desarrollo nacional el turismo es visto como un sector sin ninguna relevancia, y percibido dentro de la órbita bien del Ministerio de Industria y Comercio o bien del de Educación y Cultura, e incluso bajo las normas del Ministerio de Aeronáutica.

La presencia del turismo en la política estatal comenzó a ganar firmeza como respuesta a su proyección empresarial, iniciada por las federaciones de industria y comercio con la creación del Servicio Nacional de Enseñanza Comercial (SENAC) en 1946, aunque apenas en la década de los setenta obtendría reconocimiento en materia de formación de profesionales en las áreas de turismo y hotelería. Por otro lado, se observa que dependía de los gobiernos provinciales tomar iniciativas públicas dedicadas a la valorización del turismo, como una forma más de captación de divisas para esa unidad de la federación brasileña.

A partir de 1966, el gobierno brasileño comenzaría a adoptar una visión económica estratégica del turismo con la implantación de la propiamente dicha primera Política Nacional de Turismo, creada en ese año por el Consejo Nacional de Turismo (CNTUR) y la Empresa Brasileña de Turismo (EMBRATUR), que estableció incentivos económicos y regulaciones a las agencias de viajes y de turismo, también marcada por un fuerte tono geopolítico, por el direccionamiento de políticas que trataban de garantizar el control territorial y por la estatización de las empresas de transporte aéreo, marítimo y ferroviario, justamente para asegurar el control de los movimientos en el territorio nacional y en sus fronteras. Aun así, regido por el gobierno militar (1964-1984), hasta mediados de la década de los ochenta se observó una rigidez sobre el sector turístico, verificada por el mantenimiento de una política estatal monopólica y por el fuerte control del envío de pagos destinados a servicios turísticos en el exterior, que incluyeron el establecimiento de un depósito obligatorio en el Banco de Brasil para todos los que viajaban a otros países, que sólo podía retirarse pasado un año, sin derecho a intereses o corrección monetaria alguna. Todavía bajo la política de desestimular los viajes al exterior (tanto por mantener el control de la balanza comercial como por evitar las fugas y los pedidos de asilo político), el gobierno brasileño adoptó una regulación que exigía una visa para salir del país.

Por otro lado, el turismo receptivo de Brasil sufría por la influencia negativa de las decisiones del régimen militar, dado que el clima político era de represión y de tensión urbana, y también por la misma existencia de movimientos guerrilleros, como de la famosa Guerrilla de Araguaia, que tuvo lugar en el límite entre los estados de Pará y Tocantins, en la región norte del país. En esa misma época surgieron los secuestros aéreos por parte de grupos guerrilleros contra el régimen militar, desviando los vuelos hacia Cuba o Chile con el fin de obtener asilo político.

Independientemente de esos episodios, EMBRATUR comenzó a realizar investigaciones sobre el flujo turístico receptivo a partir de 1968.

Analizando los datos de esas tres últimas décadas, podemos percibir que hay un gran crecimiento del turismo brasileño marcado por fases de retraso causadas por varias razones. En la década de los setenta, no obstante el conflictivo marco político ya citado, el país ha experimentado un crecimiento económico de mediano a considerable en este periodo, y solamente al final de la década llegaría a territorio brasileño un millón de

Año	Llegada de turistas extranjeros
1968	290,097
1970	249,900
1972	342,961
1974	480,267
1976	555,967
1978	784,316
1979	1'081,799
1980	1'625,422
1981	1'357,879
1982	1'146,681
1983	1'420,481
1984	1'595,726
1985	1'735,982
1986	1'934,091
1987	1'929,053
1988	1'742,939
1989	1'402,289
1990	1'091,067
1991	1'228,178
1992	1'692,078
1993	1'641,138
1994	1'853,301
1995	1'991,416
1996	2'665,508
1997	2'849,750
1998	4'818,084
1999	5'100,000
2000	5'300,000
2001	4'800,000
2002	3'800,000

Cuadro 1. Turismo receptivo en Brasil

Fuente: Anuario estadístico EMBRATUR. Gobierno Federal, 1998, 2003.

turistas. En la década de los años ochenta observamos dos periodos de caída de los flujos ocasionados por el deterioro de la propia infraestructura urbana y de transportes, incrementada por las recurrentes crisis económicas y por el aumento de la criminalidad en aquellos centros urbanos que constituyen los principales atractivos del país. También cabe señalar que entre 1983 y 1986 hubo un crecimiento consistente, resultado de factores internos, como la política cambiaria y la reapertura política del país al finalizar el régimen militar (1985), y externos, observados de manera enfática por Trigo (2000: 186):

El año de 1986 fue excepcional para el turismo brasileño debido a la escalada terrorista en Europa; en el inicio del año hubo una explosión del reactor nuclear de Chernobyl, en Ucrania (Urss), que extendió por Europa una nube radioactiva de consecuencias desconocidas para la época. Estos factores inhibieron el viaje de norteamericanos a Europa, y uno de los destinos alternativos fue Brasil.

PARÁMETROS CONTEMPORÁNEOS Y DE CONFORMACIÓN DEL DESARROLLO DEL TURISMO BRASILEÑO

Para una mejor explicación del cuadro 1, cabe aquí hacer una correlación como consecuencia de las características de la propia política pública de incentivos al crecimiento de la economía brasileña generada en esos años y basada sobre todo en la elección de una estrategia de inserción en el nuevo orden mundial, en la cual surge la necesidad de alianzas regionales comerciales para que su crecimiento tenga con mayor estabilidad.

En esas últimas dos décadas, una cuestión ganó impulso en el ámbito internacional, fuera de los atributos que una apertura económica y una integración comercial entre determinadas regiones pueden conferir al desenvolvimiento regional, incorporando mayores requisitos empresariales de progreso económico. Esa búsqueda de ampliación del mercado por medio de políticas de integración comercial repercute directamente en el proceso de integración territorial de un país, ya que los conceptos establecidos en esa búsqueda basada en estrategias corporativas y competitivas, sirven para enfrentar la competencia y garantizar su permanencia en el mercado.

Vemos que tal ejercicio es identificar los puntos deseados y los no deseados en las operaciones del mercado, indicando directrices estratégicas para la maximización del retorno de la inversión, con pronósticos de contextos de oportunidades o tendencias amenazantes.

Con este instrumental se nota que una de las fuerzas básicas, como refiere Porter (1999), siempre buscará tomar ventaja, hasta convertirse en la que tenga mayor poder de influencia en su sector, destacándose, sirviendo de referencia y fortaleciéndose; en otras palabras, las empresas competitivas se convierten en prominentes, al punto de dictar los rumbos de la propia competencia.

Es inherente a este enfoque una cuestión estratégica: decidirse por la forma llamada "de integración vertical", siendo ésta "la combinación de procesos de producción, distribución, ventas y otros procesos económicos tecnológicamente distintos dentro de las fronteras de una misma empresa".³ En esta estrategia se aplica una metodología que avala, en una relación de costo-beneficio, las perspectivas del éxito empresarial a través de la adopción de una *integración hacia atrás* (incorporando los insumos) y de una *integración hacia adelante* (incorporando la distribución), o sea, un nivel de adopción o no, por la misma empresa de las funciones de todo el circuito de transformación de la mercadería en venta.

La capacidad de variación de esta integración es un atributo de los sectores empresariales competitivos, lo que genera el propio carácter de búsqueda de la acumulación flexible. Así se comprende que las horizontalidades necesitarán ser, cada vez más, un espacio de transición y no de consolidación, pues las verticalidades conducen a lo efímero.

Esto determina el tamaño de la organización, el tipo de funcionamiento y la extensión de la empresa, cuya reducción o ampliación implica el sostenimiento o no, de su modelo territorial o la alteración del mismo y de sus demás componentes (los trabajadores, los empresarios, el gobierno, la red urbana o de transportes, etc.), implicando un estado social de tensión.

Mientras tanto, el papel del gobierno apegado a esos principios es el de “limitar y hasta bloquear la entrada en ciertos sectores a través de las exigencias de licencia previa y de las limitaciones al acceso de las materias primas”,⁴ o sea, de reeditar el proteccionismo estatal dirigido a los intereses empresariales, en contradicción con el recetario competitivo.

De esta manera, vemos que los gobiernos latinoamericanos en general, con el fin de encontrar una política que responda a las necesidades implícitas en la globalización de la competitividad, y para que la inserción de sus economías domésticas sea gradualmente promisorias, conducen sus economías nacionales y regionales adoptando el recetario de la estrategia competitiva. Buscando nuevas inversiones de capital en sus territorios, muchos gobernantes transformaron la política territorial en política de desarrollo para el territorio de la competitividad, por los criterios empresariales de lo lucrativo, usando una integración vertical para la posibilidad de su avance, al reubicar el ideario como una *integración regional competitiva*, reforzando sus intereses a través del establecimiento de los bloques comerciales, como MERCOSUR, NAFTA, ALCA, Comunidad Andina, APEC y la propia Unión Europea.

Esos nuevos bloques económicos regionales repercuten directamente en las tendencias del desarrollo del turismo internacional, impulsando a las mayores operadoras comerciales de turismo a expandir sus empresas, a aumentar su participación en el mercado y a buscar la dominación de la propia “industria del turismo” en estos bloques regionales, especialmente en los sectores de las compañías aéreas y hoteleras:

En el turismo estas compañías operan comercialmente más allá de las fronteras nacionales y procuran maximizar los beneficios de sus alianzas globales. Además de eso, son más comunes los sectores de las compañías aéreas, hoteles y operadoras de viajes de la industria del turismo internacional, los cuales se benefician de la economía de escala, técnica operacional y financiera... más en el área de influencia política y económica donde ellas ofrecen las mayores ventajas, especialmente en las naciones desarrolladas. (Youell, 2002: 81).

En el caso de Brasil, con el surgimiento del MERCOSUR, empresas aéreas como TAM y VARIG procuraron su posicionamiento estratégico en esas nuevas proyecciones del mercado regional. La primera ganó una nueva versión: Transportes Aéreos MERCOSUR; y VARIG, a su vez, incorporó a PLUNA, una empresa aérea de Uruguay. Actualmente, en Brasil está en curso el proceso de fusión de estas dos compañías aéreas, que juntas suman más del 70% del mercado nacional. Este proceso tiene apoyo financiero del gobierno brasileño a través de su banco de desarrollo –o BNDES–, que a pesar de saber que tal fusión generará nuevos desempleos, la considera estratégica para la propia economía del país. Lo más ilustrativo es que el ministerio que se pronuncia a favor, es el de Defensa.

Por otro lado, los vuelos regionales, aquellos que van de una capital a una ciudad del interior o a la costa, son actualmente uno de los grandes dilemas de la aviación comercial brasileña. En el inicio de la década de los cincuenta, cerca de 350 municipios (incluyendo capitales) eran atendidos por esos servicios de transporte aéreo. En 2002 el número no superaba los 150. Tal cuadro se tornó más grave para la región amazónica, que comprende más del 50% del territorio brasileño, ya que compañías aéreas como PASSAREDO, TABA (Transportes Aéreos de la Selva del Amazonas) y VOTEC quebraron desde 1997, luego de que el gobierno dejara de subsidiarlos para sus vuelos regionales.

Los subsidios siempre fueron un recurso estratégico ofrecido por el gobierno federal o por los estados de la federación brasileña en todos los modos de transporte, siendo así que hasta la década de los ochenta, había varios estados vinculados directamente al sector turístico. En la aviación eran los casos de VASP (Viacao Aérea de San Pablo), creada en 1933, que originalmente tuvo al gobierno del estado de San Pablo como su accionista mayoritario, hasta su privatización en 1990; y de Líneas Aéreas Noreste (aviación regional), constituida en 1976 por el gobierno del estado de Bahía con la empresa Transbrasil, que también vendida a mediados de la década de los noventa. Además del sector aeronáutico, el gobierno tuvo una

fuerte participación en la construcción de los principales aeropuertos del país y en la implantación de EMBREAR (Empresa Brasileña Aeronáutica), creada en 1968 con el propósito de proteger y fabricar aviones militares y comerciales de pequeño y mediano tamaño, volviéndose vital para el desarrollo de la aviación comercial regional del país. En 1994 la empresa era privatizada y a partir de ahí iniciaría su participación en el mercado.

En los rubros fluvial y marítimo, el gobierno también mantuvo una fuerte presencia entre las décadas de los sesenta y los ochenta, a través de la Empresa Brasileña de Puertos (PORTOBRAS) y de varias compañías de navegación, sobre todo fluviales. En materia ferroviaria, su actuación fue todavía más fuerte, estatizando prácticamente todo el sector a partir de la década de los cincuenta, con la formación de la Red Ferroviaria Federal S. A., (RFFSA), ligada al gobierno federal, así como FEPASA, Ferrovías Paulistas, S. A., vinculada al gobierno del estado de San Pablo. Ambas fueron privatizadas en la segunda mitad de la década de los noventa. Dada la fuerte influencia de los principios neoliberales, pregonados en el inicio de aquella década, se ve que durante la misma el Estado brasileño cambió de papel, dejando de ser un interventor directo en la economía doméstica para volverse más bien un regulador del mercado. Así, sus acciones relacionadas con la política de desarrollo del turismo se dieron a través de los planos macroeconómicos, buscando la estabilización de la moneda y la apertura del mercado, incentivando una política regional de desarrollo de polos turísticos como respuesta al problema de las desigualdades regionales de la renta. Surge de ese enfoque, influido por los inicios de la implantación de *clusters*, como el polo de Cancún en México, o el polo de la costa de Sauípe, un megaproyecto en el litoral del noreste del estado de Bahía.

Resintiéndose de las consecuencias de un turismo con base local, en 1994 fue lanzado por el gobierno federal el Programa Nacional de Municipalización del Turismo (PNMT), cuyo objetivo es capacitar a la mano de obra local para fomentar un turismo receptivo en los municipios con potencialidades turísticas, instrumentando un servicio de calidad para atraer turistas extranjeros.

Así, en los últimos diez años, las principales ciudades buscadas por el turista extranjero en Brasil están en la región sur: Puerto Alegre (Río Grande del Sur), Balneario de Camburiú y Florianópolis (Santa Catarina) y Cataratas de Iguazú (Paraná); región sureste: Río de Janeiro (RJ), San Pablo (SP); región noreste, Salvador (Bahía) y Recife (Pernambuco). O sea, las ciudades más buscadas están en la región centro-sur, provocando dudas sobre el acierto del PNMT, dada la fuerte concentración espacial de esos flujos.

La fuerte apertura comercial del país lograda en la década de los noventa, la profunda segmentación empresarial del turismo y el establecimiento de las primeras políticas públicas dirigidas directamente al crecimiento del turismo, explican el salto muy significativo del turismo receptivo en Brasil, evidenciado por el aumento de más de 4 millones de turistas, al final de los años noventa en relación con las cifras iniciales.

Los países que más envían turistas a Brasil en los últimos años aparecen en el cuadro 2, donde se observa que hasta 1999 la región continental que más demandaba los atractivos brasileños era la propia América del Sur, sustancialmente los países que componen el MERCOSUR, seguida de Europa y América del Norte como los tres principales polos continentales de importancia para el turismo receptivo brasileño. Vale evidenciar también que las dos nacionalidades que han tenido más peso en el desarrollo del turismo brasileño son los argentinos y los norteamericanos, siendo que los primeros sumaban hasta el año 2000 un volumen de flujo prácticamente tres veces superior al número de turistas norteamericanos. Debido a la fuerte crisis económica que asoló a Argentina en los dos años siguientes, esa relación sufrió una alteración significativa, al punto de que a partir del año 2001 los turistas norteamericanos constituyeron la mayor afluencia a Brasil.

Más allá de la variedad de circuitos en esas localidades y de sus características culturales, uno de los factores que han contribuido para la estructuración del turismo en esas ciudades es la implantación de un sistema de seguridad pública orientado a apoyar el trabajo de las agencias de turismo y a los turistas extranjeros propiamente dichos: el establecimiento de

País de procedencia	Número total de turistas por año y posición comparativa			
	1999	2000	2001	2002
Argentina	1'548,517 (1°)	1'744,004 (1°)	570,011 (2°)	292,254 (3°)
Estados Unidos	559,367 (2°)	648,026 (2°)	596,844 (1°)	636,460 (1°)
Paraguay	501,425 (3°)	371,873 (4°)	285,724 (5°)	226,011 (4°)
Uruguay	383,741 (4°)	403,896 (3°)	304,682 (4°)	223,210 (5°)
Alemania	282,846 (5°)	290,335 (5°)	320,050 (3°)	296,577 (2°)
Italia	177,589 (6°)	202,903 (6°)	216,038 (6°)	183,699 (7°)
Chile	170,564 (7°)	172,807 (7°)	153,921 (9°)	113,508 (10°)
Bolivia	145,070 (8°)	134,640 (10°)	107,664 (12°)	57,879 (13°)*
Francia	131,978 (9°)	165,117 (8°)	184,759 (7°)	206,502 (6°)
Inglaterra	125,607 (10°)	127,903 (11°)	143,626 (10°)	146,793 (9°)
Portugal	115,088 (11°)	147,143 (9°)	165,898 (8°)	168,513 (8°)
España	99,677 (12°)	110,765 (12°)	126,928 (11°)	110,326 (11°)

Cuadro 2. Procedencia de turistas extranjeros

*En 2002 Bolivia pierde su colocación del décimosegundo lugar para Canadá, que envió 67,605 turistas.

Fuente: Anuario Estadístico 2000 y 2003. EMBRATUR, Instituto Brasileño de Turismo.

Delegaciones de Turismo (DETUR), la primera instalada en la ciudad de Salvador, capital bahiana, convirtiéndose en la primera del país.

Aquí percibimos claramente uno de los actuales vínculos del quehacer político con la actividad turística, a través de una perspicacia política en acción: el uso del turismo como una logística de perpetuación de las oligarquías locales en el poder hegemónico estatal, específicamente de la familia de un político de proyección nacional, Antonio Carlos Magalhães.

El ejemplo de la organización en territorios turísticos en el estado de Bahía, al igual que el de la región noreste del país, está justamente incentivado y capitalizado políticamente por dicha familia, ya sea en el campo empresarial o en el estatal. Esto se evidencia por un agresivo *marketing* de promoción de los atractivos de Bahía, ya sean las playas o específicamente su capital, Salvador (que sirvió como la primera capital del país, aun en el periodo colonial), adoptado por el gobierno de Antonio Carlos Magalhães, líder político estatal que fue inventor del estado y gobernador más de tres veces, conquistando así su elección para el senado federal, llegando a ser presidente de esta casa hasta asumir interinamente la presidencia de la república.

Su marca personal en los vértices de la red de flujo turístico en Bahía son considerables, y se pueden apreciar en la recuperación arquitectónica de los principales espacios turísticos de la capital bahiana, como en el caso de Pelourinho (por el propio contenido presentado en las guías oficiales de turismo), o de las iglesias católicas (sobre todo la del Señor de Bonfim), las cuales en sus publicaciones históricas y devocionales presentan sin pudor, discursos y fotografías del citado líder oligárquico.

La imagen del mismo político también es cultivada en las delegaciones de Turismo de Bahía, sobre todo en la capital. Fuera del aspecto de las artimañas de la política, el establecimiento de esa delegación especializada apunta no sólo a la segmentación de la seguridad pública, sino también al elitismo y a la formación de un nuevo orden en la lógica jerárquica de las corporaciones policiales: la extraterritorialidad de la ciudadanía, en la que se busca defender, amparar y dar seguridad al extranjero, requiriendo recursos humanos con experiencia en relaciones internacionales (tanto en hablar otros idiomas como en ser hospitalario); provocando la envidia de las corporaciones tradicionales y de la propia policía federal que actúa en las puertas (fronteras) de entrada al país.

A pesar de los subterfugios políticos, las actividades turísticas en el país van cobrando fuerza y estructura, aunque en su dimensión internacional, están todavía concentradas en las playas,

...el uso del turismo como una logística de perpetuación de las oligarquías locales en el poder hegemónico estatal...

con excepción de la capital del país, Brasilia, que convoca al turismo de negocios y de eventos, además de ser atractiva por su patrimonio histórico modernista; y en menor escala el Pantanal y el Amazonas que están bien posicionadas para el ecoturismo. Ya en estos primeros años del siglo XXI, la progresión general del número de turistas que llegan a Brasil, otra vez pierde fuerza visiblemente, cayendo el país al puesto 34 en el ranking mundial de países que reciben más turistas extranjeros.

Hay que señalar que la fuerte crisis económica en Argentina, y la disminución de los viajes internacionales, después del impacto de los atentados del 11 de septiembre, en Estados Unidos, son datos innegables para comprender esta reducción en los flujos, aunque, por cierto, no son los únicos factores, dada la fragilidad del sector, propia de la economía y la cultura brasileñas.

LA TERRITORIALIZACIÓN DEL TURISMO INTRARREGIONAL EN LA RELACIÓN GEOPOLÍTICA INTERNACIONAL

En el fin de siglo se hizo evidente la fragilidad de la unidad nacional de muchos países, precisamente al no lograr una política económica que garantizara un desarrollo mejor distribuido territorialmente. Mientras tanto, continúa la reproducción de nuevas formas de segregación social, en la cual la lógica también es la reproducción de contradicciones, que al crear nuevos territorios de exclusión propician nuevas formas de inclusión, aún apenas virtuales o veladas, o simplemente de manipulación de la biodiversidad.

¿Una política nacional de turismo puede alcanzar el propósito de la integración socioterritorial del desarrollo? Los últimos planes en Brasil demostraron su tendencia a ser también mecanismos de reducción de los desniveles económicos interregionales, como en el PNT de 1991-1996, en el que se establecían acciones prioritarias para las regiones noreste, centro-oeste y Amazonas legal. Se trata de una política de turismo *que hace las veces* de una política regional cuando se enfrenta a la necesidad de responder a los problemas de infraestructura urbana, de servicios públicos y de redes de transporte; sin embargo, ya se sabe que no cumple esta misión de manera eficaz, precisamente porque tal misión no es parte de sus objetivos.

Mientras tanto existe otra aplicación: una geografía política de planeación turística y una derivación geopolítica para la operatividad del *trade* turístico. La primera trata de nuevas territorialidades derivadas de los planes regionalizados, de la visión política del turismo para el Amazonas legal, influyendo especialmente en la formación de nuevas ratificaciones de imágenes en el escenario internacional, al punto que pueden usarse para fines locales de justificación en las nuevas divisiones territoriales. En este sentido, están en curso nuevos movimientos autonomistas por la creación de los estados de Maranhão del Sur, Carajás, Araguaya, Tapajós, Solimões y Juruá. La desconcentración administrativa fue anunciada como una forma de garantizar una gestión más controlada de la biodiversidad, a la par de la necesidad de implantar nuevos ciclos de desarrollo en esas regiones. He aquí un dilema serio, dado que el modelo de desarrollo en estas nuevas fronteras es convencionalmente el desarrollista, como se pone en práctica en el estado de Tocantins, el más reciente de los estados de la federación (1988), lo que pone en jaque tal compromiso. Por ello la política de

desarrollo en este estado privilegia el expansionismo agropecuario en gran escala, dirigido a la exportación, con incentivos fiscales dedicados a la producción de soya convencional, y a la cría extensiva de ganado; asimismo, con financiamiento internacional construye una vasta red vial, aún tratándose de un territorio de transición entre el bioma de Cerrado y la selva amazónica, y mantiene un organigrama de poder público provincial que conjuga las estrategias de desarrollo económico con el tratamiento ambiental impulsado por la Secretaría Provincial de Planeación y Medio Ambiente. La política de incorporación productiva de estas tierras ha provocado elevados niveles de degradación ambiental (la cual explica el tercero o cuarto lugar de este estado en el índice de incendios forestales). A pesar de que este escenario de acciones humanas depredadoras es muy evidente, el propio poder público incentiva un flujo turístico dirigido a los atractivos ecoturísticos del estado.

Incluso en este campo, el turismo impulsado por los gobiernos provinciales, se maneja como si estuviese reproduciendo los mismos mecanismos de la llamada “guerra fiscal”, sobre todo con alianzas empresariales en el mercado externo o del centro-sur del país, dado que el turista interno es todavía el principal propulsor de la economía turística nacional. El éxito de algunas de estas articulaciones ha propiciado la aparición de nuevos actores en el poder regional, como en el caso del estado de Tocantins, con el ascenso de la propietaria de una agencia de viajes al cargo de Secretaria Provincial de Turismo. Al frente de este organismo público, dicha persona utilizó subsidios gubernamentales y montó un hotel particular dedicado al ecoturismo, en una región del interior del estado llamada Jalapão.

La segunda aplicación merece ser estudiada con profundidad: la formación de una funcionalidad geopolítica cultural que genere mercados para las agencias de viajes. La venta de la imagen también alimenta las afirmaciones geopolíticas de determinadas civilizaciones. Estamos frente a una simbiosis, ¿no existirá también una “turistificación” de la geopolítica? “En la cartografía del turismo... se reproduce la apología de la atracción hacia una imagen competitiva con fuerte tenor de afirmación ideológica, filosófica o económica”.⁵

En el mundo existe un tipo de geopolitización del turismo, o una apropiación de las imágenes que el turismo produce a través de los proyectos especiales de poder. Es una forma espacial de un orden civilizado que es vendida como ocio y entretenimiento, pero que también es consumida como encantamiento político-económico, sirviendo como vector a la afirmación sociopolítica por parte de la clase dominante, sea en el ámbito regional, provincial o nacional, o de toda una civilización como entidad cultural.

En la historia de la humanidad –vista como la formación de las civilizaciones– hay siempre algún centro generador de su organicidad, al punto de obrar como factor hegemónico en el proceso de singularización. Por cierto, hay varias acepciones sobre la comprensión de lo que viene a ser una civilización, estando siempre vinculadas a la cultura, o sea a los “...valores, las normas, las instituciones y los modos de pensar, a los cuales las sucesivas generaciones de una determinada sociedad atribuirán una importancia fundamental”.⁶

El Amazonas es un verdadero símbolo internacional todavía lleno de mitos; por lo tanto ¿qué Amazonas tendrá la responsabilidad de promover el turismo en este siglo? La defensa del ambiente amazónico alcanza proyecciones de gran envergadura, llevando las relaciones locales al nivel global, especialmente cuando se trata de una política en pro de la naturaleza. He aquí un caso concreto contemporáneo en esa región, donde hay una fuerte convergencia entre los intereses de las organizaciones no gubernamentales (ONG), el poder público regional (gobiernos provinciales) y los Estados-nación: la gestión ambiental del entorno de la mayor isla fluvial del mundo: la Isla del Bananal, justamente en el estado de Tocantins, gestión incorporada a la política pública del turismo y a la propia operación del *trade turístico*.

Se trata inicialmente de la creación de una ONG como Instituto de Ecología y su articulación en las redes internacionales de financiamiento, hacia acciones dirigidas a la preservación del medio ambiente para la sociedad civil. Buscando convertirse en una institución de éxito más allá de sus preceptos ambientales, el Instituto de Ecología consigue posicionar estratégicamente

la costa de la Isla del Bananal e implantar una estructura de investigación para los estudios de la biosfera y de la atmósfera amazónicas. En diciembre de 2000 en los Estados Unidos, el instituto presentó un proyecto de investigación al comité científico internacional de LBA, llamado “Gran experimento de la biosfera/atmósfera del Amazonas”, que fue aceptado como parte del programa.

A partir de esto, el Instituto de Ecología consolidó su proyecto del Centro de Investigación Canguçu, una entidad ubicada precisamente en la costa de la Isla del Bananal, dirigido inicialmente al proyecto de extracción de carbón en el entorno de la isla, que contaba anteriormente con otro socio internacional importante, la Aes Fundación Barry, además de los órganos ambientales brasileños IBAMA (gobierno federal) y NATURATINS (gobierno provincial). Este proyecto pretende la conservación del ecosistema natural de la región, especialmente compuesto por diversas áreas, buscando la reducción de los índices de deforestación y la reforestación de zonas afectadas:

Para eso, el proyecto posee tres componentes: social, manejo forestal y de investigación. El BICSP I tiene un horizonte de actuación de 25 años, pero los recursos están garantizados, por el socio internacional Aes Fundación Barry, solamente los cuatro primeros años. La sustentabilidad del proyecto será garantizada por el ecoturismo, otros socios en el área privada y convenios para la ejecución de investigaciones.⁷

Con este fin fue creada en marzo de 2001, una agencia de viajes y turismo: la Ecotour Bananal, con el firme propósito de estimular y organizar paquetes turísticos para el Centro de Investigación Canguçu, volviéndose parte de una estrategia vital para lograr la meta de sustentabilidad buscada por el propio Instituto de Ecología. Más allá de las acciones exitosas de esta ONG, se fueron agregando otros proyectos de investigación al centro, firmándose nuevos convenios, siendo la investigación lo que merece mayor énfasis, y concretando el proyecto de construcción de una Unidad Demostrativa de Quelonios (tortuga del Amazonas, o tracajá) con el apoyo del Fondo Ambiental de la Embajada Británica (FCE): “La UdQ cuenta con seis tanques para el mantenimiento de los quelonios, dos terrarios para alojar otros animales, un centro de exposición y entrenamiento, el centro de cuarentena, un laboratorio, y varios acuarios con peces de la región, además de una pequeña tienda con material de divulgación y souvenirs”.⁸

Así, se daría el hecho más sorprendente: la unidad fue inaugurada por el príncipe de Gales, el 5 de marzo de 2002, para ser “utilizada para la promoción de la educación ambiental para los estudiantes de la región y turistas”⁹

El Centro Canguçu, que pasó a ser conocido en el mundo entero después de la visita real, queda en las orillas del río Javea, y se caracteriza por ser una de las más modernas y mejor equipadas bases de investigación sobre la extracción de carbón en el país. El Centro recuerda mucho a las construcciones que aparecen en los filmes de Tarzán, sólo que mucho más modernas, claro.¹⁰

A partir de ese hecho se puede percibir claramente la conexión geopolítica del turismo, en la que sobresale el ecoturismo, con la geopolítica de los negocios corporativos y la transfusión de las dos a una “turistificación” deliberada. Siendo una región brasileña periférica desde el punto de vista geoeconómico, ¿cuál fue el atractivo que encontró la corona británica en pleno siglo XXI? ¿Hacer contacto con los pueblos indígenas y defender puramente la causa ambientalista? Veamos la correspondencia y vinculación de los hechos:

Con una puntualidad británica, a las 14:35, el príncipe Carlos Felipe Arturo Jorge desembarcó en el aeropuerto de Palmas, el último día 5, donde fue recibido por el gobernador Siqueira Campos (PFL), el senador Eduardo Siqueira Campos (PSDB), la prefecta de Palmas, Nilmar Ruiz, el presidente de la Asamblea Legislativa, Marcelo Miranda, el presidente del Tribunal de Justicia, Luiz Gadotti [...] El futuro rey de Inglaterra estuvo pocos minutos en la capital, como estaba previsto, después del protocolo siguió con el gobernador y su comitiva hacia la hacienda Javaés en la Isla del Bananal, en un helicóptero de la Marina a las 14:50.

En la hacienda, el príncipe asistió a dos presentaciones de 34 indios Carajá de la aldea Fontoura. Los indios danzaron el Uriti (danza del Mutun, un ave de la Isla del Bananal) y Hetohoky, un ritual sagrado de iniciación de los jóvenes que alcanzan la edad adulta. El príncipe también fue obsequiado con piezas de la artesanía Carajá. Su alteza dejó de lado la rigidez del protocolo y la excesiva preocupación por la seguridad. Paseó y conversó con el cacique de la aldea Fontoura, Coxoni Carajá, sobre proyectos de conservación ambiental. Carlos se mostró interesado en el trabajo que los indios hacen para preservar el ecosistema de la Isla del Bananal. El cacique aprovechó para pedir más apoyo a los británicos: “Él (Carlos) dijo que vigilaría de cerca algunos proyectos, y que podría ampliar la ayuda”, dijo Carajá.

En seguida, la delegación continuó en lancha al Centro de Investigación Canguçu por el río Araguaia. El príncipe y el gobernador fueron recibidos por el presidente del Instituto de Ecología, Divaldo Rezende, y el director ejecutivo Stefano Merlín, donde conocieron las instalaciones del proyecto de extracción de carbono. Entonces, el príncipe heredero del trono inglés inauguró la Unidad Demostrativa de Educación Ambiental de los Quelonios del Amazonas. El gobernador destacó que la visita del príncipe produjo una significativa presencia de los medios internacionales, lo que fue muy bueno para la difusión del Estado. “El proyecto Canguçu está enmarcado en un sinnúmero de proyectos ambientales del gobierno de Tocantinas, también con la participación de países del G-7, y por lo tanto, del Reino Unido; eso hace que el Estado tenga ya un acervo mucho más grande de realizaciones en el campo ambiental. Es un Estado de preservación ambiental como pocos en Brasil” dijo el gobernador, complementando que “sin dudas las acciones en Tocantinas en el campo ambiental, en el campo social y acciones también en el mundo de los negocios, con la llegada de otras empresas líderes, va a mejorar bastante.”¹¹

De esta situación se desprenden algunas evidencias: en principio la más tradicionalista, la del uso político por el gobierno de una iniciativa ajena, o sea, puro oportunismo político. Pero el oportunismo no ahorra esfuerzos, pues el propio gobernador del estado fundamentaba así una propuesta de “turistificación” del príncipe, con la idea de construir en la capital del estado, en la ciudad de Palmas, una plaza pública en homenaje al mismo, además de edificar en ella una estatua épico-lúdica del mismo príncipe Carlos, como se presentó:

El príncipe de Gales será inmortalizado en bronce como un dios alado y musculoso, vestido únicamente con una tela a la altura de la cintura. Él será el primer miembro vivo de la familia real que tenga una estatua de tamaño real en su honor.

Él se muestra desnudo, excepto por la tela, con enormes alas saliendo de sus costillas, semejantes a las de un ángel. Sus brazos están extendidos, como ofreciendo cobijo y seguridad. La estatua coronará la Plaza Central que recibirá el nombre del príncipe, en Palmas, capital del estado de Tocantinas, en la entrada de la selva amazónica. La escultura, que provocará comparaciones con el Cristo redentor que se observa en Río de Janeiro en lo alto del Corcovado, estará asentada en una base de mármol. A sus pies, una masa deformada de cuerpos humanos, una de cuyas figuras aparece bebiendo de una botella de vino; la masa de cuerpos representa al mundo en un estado de caos que el príncipe está ocupado en salvar.

José Wilson Siqueira Campos, gobernador de Tocantinas, un estado localizado en la zona central de Brasil, dice: “es el príncipe Carlos salvando el mundo. Nosotros lo consideramos merecedor de este homenaje”. Aunque el físico musculoso de la estatua, con grandes hombros y aspecto atlético pueda no hacer recordar al príncipe Carlos, los rasgos faciales son inconfundibles, así como que tenga todo su cabello y las orejas pequeñas y no sobresalientes.¹²



Esta propuesta no se concretó aún, pero existe un aprovechamiento turístico por la simple alusión a la visita del príncipe Carlos a Canguçu, presentada a los ecoturistas de la ya citada agencia de turismo.

El foco de comprensión del nexo entre la geopolítica y el turismo, aparece propiamente enunciado en la siguiente declaración de un periódico de circulación nacional y reconocida reputación:

Parecía el itinerario de un auténtico turista inglés. El príncipe Carlos, heredero del trono británico, vino una vez más a Brasil, bailó con atractivas *passistas de escolas de samba* e intercambió regalos con los indios karajás. Pero por detrás del extenso y aparentemente inocente programa social ecológico, que comenzó en Brasilia, pasó por Río de Janeiro y acabó en la paradisíaca Isla del Bananal, en el corazón de Tocantinas; estaba en curso una ambiciosa estrategia comercial de la corona británica, el príncipe Carlos se interesaba por otras cosas además de los *cocares*, arcos y flechas que recibió de los indios de Bananal. Su interés eran los 700 millones de dólares que el Ministerio de Defensa destinaría a la compra de 24 cazas supersónicos. En la guerra comercial que rodea la licitación, Gripen, una empresa sueco-británica, mitad Saab y mitad British Aerospace, se disputa el contrato con otros seis participantes internacionales. “El viaje del príncipe forma parte del trabajo de convencimiento para mostrar que Gripen es la mejor alternativa para Brasil”, dice a *Dinheiro* el presidente de Saab AB, Bengt Halse. Él mismo se encontró con el presidente Fernando Henrique Cardoso hace dos semanas en Estocolmo y le transmitió ese mensaje. La llegada del heredero de la realeza británica a Brasil es una demostración del nivel de sofisticación de los *lobbies* diplomáticos en las grandes disputas comerciales.¹³

Luego, en este caso, las palabras son suficientes para percibir en este horizonte el uso geopolítico del ecoturismo para cumplir los intereses corporativos y vinculados con la lógica de funcionamiento señalada por Porter en las maniobras de posicionamiento de competencia de mercado.

CONSIDERACIONES PARA UN EPÍLOGO

Ya vimos que el turismo en Brasil vive una intensa agitación en estos últimos años, buscando su inserción internacional estratégica, en la cual el Estado brasileño va incorporando sus atributos económicos también como dividendos políticos, ya sea en la esfera política federal o provinciana. Existe una especie de modernización conservadora que congrega fuerzas empresariales y políticas de todos los géneros y barnices ideológicos. Las perspectivas comerciales del turismo son de crecimiento, teniendo en cuenta que el propio gobierno federal definió como metas para el turismo, entre 2003 y 2007, crear las condiciones para la generación de 1.2 millones de nuevos puestos de trabajo, generar 8 billones de dólares en divisas y aumentar a 9 millones la entrada de turistas extranjeros. Aunque la situación económica del país fue estable en los últimos años, el crecimiento de la economía nacional es aún pequeño, lo que nos lleva a pensar que tales índices difícilmente se consigan.

De algún modo, el turismo, aliado a los principios de integración comercial, está transformando la relación geopolítica de Brasil y Argentina. Dado que esta nación es económicamente más dependiente que nunca. El que Brasil alcance esas metas tendrá que estar necesariamente relacionado con la profundización de la integración económica con el MERCOSUR, que ya comenzó con el sistema aduanero del “pasaporte MERCOSUR”, justamente con la estrategia de facilitar el desplazamiento entre los países, previéndose la creación de una moneda única, algo extremadamente conveniente para la ampliación de los flujos turísticos.

Mientras tanto, la demanda interna todavía es el principal agente dinamizador del turismo, y sus estrategias propias de desarrollo han construido una estructura segregada de este mismo, caracterizada por simulacros y por el confinamiento territorial del turismo en Brasil.

La apropiación de un lugar dado por el turismo impone nuevas lógicas al uso del territorio de ese lugar. Al uso cotidiano se suma el uso efímero de los espacios, y la inserción de una nueva actividad económica en la vida del lugar le impone transformaciones, una adaptación a la nueva realidad en construcción.¹⁴

En síntesis, consideramos que la tendencia es que se está instalando, a través del turismo, un nuevo vector estratégico de configuración territorial al principio de este siglo, además de una

escala de desarrollo local alternativo, consiguiendo también a escala internacional un posicionamiento político ante los dictámenes del orden mundial. En otras palabras, la gestión de soberanía territorial podrá ser avalada o “atacada” por la aplicación de un turismo sustentable y que incorpore etnias minoritarias o grupos sociales marginales.

En Brasil tenemos como indicadores de ese trayecto los actuales programas de Corredores Ecológicos de Preservación del Ministerio del Medio Ambiente, que ahora están empleados como itinerarios ecoturísticos. Más allá de las presiones del propio *trade* del país, en 2003 finalmente se creó el Ministerio de Turismo, que incorpora la metodología de implementación de tales corredores como recorridos turísticos: los Itinerarios Integrados de Brasil:

Es necesario crearnos un método de organización del turismo brasileño integrador e integrado, sin recetas fáciles y que contemple nuestras diversidades culturales, naturales y regionales. Para eso, el programa necesita estar atento a todos los sucesos turísticos, así como a sus nichos o a otras creatividades que puedan transformarse con suerte en productos turísticos [...] Se trata por fin de un programa que comprende el punto de vista regional, pues se propone trabajar otras actividades económicas y culturales que puedan integrarse al turismo, sin limitarse, por lo tanto, al trabajo exclusivo en un municipio de atractivo principal, pero sí incluyendo el entorno regional capaz de dar un itinerario integral más calificado, comprensivo y atrayente (MINTUR, 2003: 01).

Recuperando los preceptos de la integración territorial, se percibe que se trata inicialmente de un planteamiento estratégico para atraer nuevas líneas de financiamiento, que recaerá en la cuestión regional, sobre la disputa fiscal y por los recursos públicos, dando continuidad a los mecanismos de manipulación política en nombre de un desarrollo regional. Por otro lado, también puede verse como un contrapunto a las inversiones tradicionales de capital de los corredores de exportación, de cuño claramente desarrollista.

Su implantación, de hecho, puede traducirse en un maquillaje para el ojo del turista extranjero, dada su matriz ecológica y de desarrollo sustentable para la región que constituye su destino: el complejo regional amazónico.

Se trata de las relaciones de asociación de poderes nacionales y provinciales con el capital internacional, proporcionando una imagen turística a nuevos territorios, como lo percibe Becker (2001: 35), en tanto controles de los bienes naturales: “En la representación simbólico-cultural, el valor de la región está condicionado por la importancia que la biodiversidad y la sustentabilidad de la tierra tienen hoy en el mundo. La cuestión ecológica pasa a ser parte de la agenda geopolítica mundial”.

La manipulación de imágenes de solidaridad y otras razones de indignación internacional por el uso inadecuado de los recursos naturales y del capital humano, tienden cada vez más a ser gobernados por las grandes fuerzas económicas y políticas, recreando en el turismo una nueva oxigenación del código de poder regionalista, en el juego del poder internacional, en nombre de los derechos humanos y de la preservación de la naturaleza.

Este punto es el de mayor estrategia en esta relación, definido por el llamado turismo solidario, que establece alianzas estratégicas en todas las escalas espaciales.

El turismo solidario se da cuando un extranjero viene al país con el propósito de ayudar a un proyecto de preservación ambiental de determinadas especies, dependiendo de sus propios medios para pagar su estadía y practicar las acciones temporalmente en ese lugar, considerando su actuación como una buena acción socioambiental. Con eso, el turista colabora económicamente con tales proyectos, como si fuera un aprendiz, o enviando donativos a las comunidades locales involucradas directamente. Es la nueva salida sugerida por la propia Ecotur Bananal, que siendo una agencia de viajes y turismo pequeña y periférica en Brasil, ya está en la red con socio italianos.

Finalmente, recorremos el debate inicial sobre la acción del Estado, –propiamente denominado periférico o semiperiférico–, desde la óptica de las relaciones internacionales actuales, delante de un supuesto fin con preceptos o posibilidades de las maniobras

geopolíticas. Hay otro fuerte indicador del uso del flujo turístico como posicionamiento estratégico que renueva el juego de ajedrez geopolítico: la regulación aduanal no ha acabado: es el caso entre Brasil y los Estados Unidos, con la aplicación de nuevas reglas del ingreso de turistas a partir de comienzos de 2004; con el establecimiento de esas normas, bajo el alegato de mantener el principio de reciprocidad del derecho internacional entre los ciudadanos de una nación y otra, toca exactamente los bríos e intereses de afirmación de la frontera de sus gobernantes, y sirve de triunfo político como “moneda de cambio” para otras negociaciones. Es la edición de un turismo rehén del Estado, es el quehacer geopolítico de la mano del turismo.

NOTAS

- 1 Periodo en que Brasil fue gobernado por un régimen dictatorial encabezado por el presidente Getulio Vargas.
- 2 El Plan de Metas alteró profundamente la estructura económica del país, tanto por la adopción de una fuerte política de industrialización como por la construcción de la nueva capital (que hasta entonces era Río de Janeiro, en el litoral sudeste), Brasilia, en la región centro-oeste. Esto condujo a una política de “interiorización” del país más efectiva, generando a la vez una fuerte urbanización.
- 3 Porter (1986: 278).
- 4 Porter (1999: 31).
- 5 Huntington, Samuel P., *El choque de las civilizaciones y la recomposición del orden mundial*, traducción al portugués de M.H.C. Cortés., Editora Objetiva, 1999, San Pablo.
- 6 Kühn, Thomas S, *La estructura de las revoluciones científicas*, 1962: 17-18, University of Chicago Press, Chicago.
- 7 *Informativo ecológico. Boletín informativo del instituto de ecología*. Año II, núm. 4, abril de 2001, p. 4.
- 8 *Proyecto Quelonios*. Sitio web del Instituto de Ecología, Palmas, octubre de 2003.
- 9 *Idem*.
- 10 Sitio web oficial del Gobierno de Tocantins. Palmas, To., 25 de abril de 2002.
- 11 *Jornal do Tocantins*. Jaime Cámara, Palmas, To., 7 de marzo de 2002, p.3.
- 12 “Príncipe alado es ‘salvador del mundo’”, Londres, *Fox News Life*, 7 de marzo de 2002.
- 13 *Istoé Dinheiro*, 13 de marzo de 2002.
- 14 Cruz, Rita de Cássia, “Políticas nacionales de turismo y otras políticas sectoriales: un abordaje centrado en el territorio”, *Política de turismo y territorio*, San Pablo, Contexto, 2000, p. 47.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbosa, F.V. 1999 - *Competitividad: conceptos generales*. Competitividad, alianzas estratégicas y gerencia internacional. Atlas, San Pablo.
- Becher, Bertha K. 1997 - Amazonia. Serie *Principios*. Editora Ática, San Pablo.
- 2001 - En el inicio del siglo XXI, la geopolítica del poder. *UNB Revista* año 1 (2): 34-36. Editora UNB, Brasilia.
- 1982 - *El estado y la cuestión de la tierra en la frontera: una contribución geopolítica*. Geopolítica del Amazonas. Zahar Editores, Río de Janeiro.
- Branco, Samuel Murgel 1997 - El desafío amazónico. *Colección Polémica*. Editora Moderna, San Pablo.
- Brasil, Empresa Brasileña de Turismo 1998 - *Anuario estadístico de EMBRATUR 1998*. EMBRATUR, Brasilia.
- 2000 - *Anuario estadístico de EMBRATUR 1998*. EMBRATUR, Brasilia.
- 2003 - *Anuario estadístico de EMBRATUR 1998*. EMBRATUR, Brasilia.
- Brasil, Ministerio de Turismo 2003 - *Itinerarios de turismo integrados*. MINTER, Brasilia.
- Costa, Wanderley Messias da 1992 - *Geografía política y geopolítica*. EDUSP, San Pablo.
- Instituto de Ecología 2003 - *Centro de Investigaciones Canguçu*: 3. IE, Palmas.
- Marini Adorno, Lúcio Flavio 1997 - Un abordaje a la geopolítica en el final del siglo xx: nuevos y viejos paradigmas. *Boletín goiano de Geografía* vol. 17 (2). UFG, Goiana.
- Mendes, Armando Dias 2001 - El Amazonas, tercera marca mundial. *UNB Revista* año 1 (2): 31-33. Editora UNB, Brasilia.
- Pittigew, A. & R. Whipp 1991 - *Managing Change of Competitive Success*. Blackwell, London.
- Porter, Michale 1999 - *Competition on Competition*. Estrategias competitivas esenciales. Campues, Río de Janeiro.
- Vesentini, José William 2000 - Nuevas geopolíticas. *Colección caminos de la geografía*. Contexto, San Pablo.
- Wainberg, Jacques A.O. 2003 - Movimiento turístico: miradas de suspiros en busca de la singularidad: 9-19. *Turismo en la posmodernidad (de las inquietudes)*. EDIPUCRS, Puesto Alegre.
- Youell, Ray 2002 - *Turismo, una introducción*. Contexto, San Pablo.