

Luiz Guilherme Mattos Braga*
Teresa Cristina de Miranda Mendonça**

Desde a sua origem, o ser humano vem sendo motivado a se deslocar, por razões diversas. Assim, a história das viagens está diretamente relacionada com a história da humanidade. No entanto, o turismo emerge, como atividade econômica organizada, apenas em meados do século XIX, influenciado diretamente pela Revolução Industrial. Desde então, tem se estabelecido, a cada dia, com um fluxo crescente de deslocamentos a nível mundial. Consequentemente, via de regra, o que se entende sobre o turismo é que ele envolve fluxos de massa, não apenas de pessoas, mas também de objetos e imagens, que transpassam fronteiras nacionais e internacionais e que abarcam capital, ideias, informações e tecnologias, como indicam Appadurai (1990)¹ e Lash e Urry (1994)².

Nesse contexto global, manifesta-se a notoriedade do turismo como “um estado de fato social, econômico e político de grande alcance”, como aponta Krippendorf (1989, p. 22)³, e apreciado por Urry (1999)⁴ como um fenômeno social muito mais significativo e merecedor de muito mais atenção do que tem recebido por parte de muitos pesquisadores. Este estado de fato social, econômico e político tem, segundo Nash (1981)⁵, levado o turismo a ser considerado uma atividade responsável por mudanças sociais significativas, tanto por efeitos positivos quanto negativos sobre lugares, pessoas e grupos sociais.

Consequentemente, o turismo passa a ser foco de pesquisas no campo das Ciências Humanas e Sociais validando um campo de estudo de caráter multi, trans e interdisciplinar. Ou seja, o turismo passa a se converter em um campo de pesquisa científica permeado por diversas perspectivas, que Jafar Jafari (2005)⁶ denomina de “plataformas de conhecimento” (defesa, advertência, adaptação e conhecimento). Isso significa que temos hoje a existência de uma expressiva produção que toma o turismo como foco de observação e análise, o que resulta na construção de um corpo de conhecimento científico. Este tem trazido novas e diversas narrativas e perspectivas capazes de revelar o papel de relevância e destaque do turismo na sociedade contemporânea.

Desta forma, este dossiê “Turismo, Cultura e Sociedade” pretende contribuir para expandir o conhecimento científico acerca do tema, apresentando resultados de pesquisas empíricas com olhares multidisciplinares, realizadas de forma presencial ou virtual, no campo das Ciências Humanas e Sociais sobre o turismo. Os cinco trabalhos que compõem este dossiê, com linhas e

* Pesquisador em Estágio Pós-Doutoral no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPCIS-UERJ). Doutor em Antropologia Social e Cultural pela Vrije Universiteit Amsterdam e Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGAS-UFRGS). Mestre em Sociologia e Antropologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGSA-UFRJ). Graduado em Comunicação Social: publicidade e propaganda. ORCID: <<https://orcid.org/0009-0003-1550-8376>>. E-mail: lgbraga@gmail.com.

** Professora Associada do Departamento de Administração e Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Graduada em Turismo. Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (Programa EICOS/IP/UFRRJ). Doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPCIS/UERJ). Pós-doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente (PPGMA/UERJ). ORCID: <<https://orcid.org/0000-0003-0856-5295>>. E-mail: tecaturismo@yahoo.com.br.



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença Creative Commons CC BY 4.0 Internacional, que permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir deste trabalho, desde que citem seus autores e a fonte original.

campos de investigação diversos, apresentam a complexidade que caracteriza o turismo como fenômeno social, proporcionando sua melhor compreensão e demonstrando a diversidade de possibilidades de investigá-lo.

O primeiro artigo, “Mediação e experiência turística: blogs e individuação na construção de viagens independentes”, apresenta uma forma inovadora de pesquisa ao fazer a maior parte da etnografia em ambiente virtual a partir dos blogs de viagens. Retomando a clássica crítica de que o turista, cercado e protegido pelos agentes mediadores, não encontraria de fato com o outro e com a alteridade, o artigo se debruça sobre o estudo a respeito dos blogs de viagens que se apresentam como capazes de oferecer mais autonomia no turismo com informações e construções de narrativas e imaginários mais “sinceros”, “genuínos” e “individuais”, “desinteressados” da influência econômica atribuída ao turismo tradicional mediado por agências, operadoras, guias de turismo e guias de viagem. O artigo trata do universo de blogs de viagem, não de forma isolada do fenômeno do turismo como um todo, mas inserido neste, mergulhando em seus aspectos particulares que são levantados pelos próprios blogueiros como “liberdade de expressão, independência, discurso sincero, espontâneo e confiável”, ao mesmo tempo em que traz para o debate a dubiedade desse discurso ao citar a parcialidade da informação dos blogs e como os mesmos, no decorrer dos anos, passaram a se apresentar e se posicionar como um movimento contrário ao turismo chamado de *mainstream*.

O segundo artigo, “Representações e cultura na produção dos materiais publicitários e turísticos de viagens a Cuba”, guarda curiosa relação com o primeiro no que toca à questão da diversidade de possibilidades e métodos de pesquisa do fenômeno “turismo” e, ainda, à questão de produção de um imaginário. O artigo, no entanto, se debruça sobre os guias de turismo impressos e material publicitário como fonte de pesquisa. Não há acesso à internet, blogs ou mídias sociais, como o anterior, somente os guias impressos *Cuba*, da editora Lonely Planet, *Cuba*, da editora Folha de São Paulo e *Cuba en Tus Manos*, além do material publicitário produzido pelo próprio governo cubano que foi recolhido em viagem à ilha. Buscando compreender o que motiva as pessoas a viajar, o trabalho nos apresenta o conceito de “imaginário”, inspirado por Bachelard, que trata de representações e símbolos autônomos em relação ao empírico, com característica universal capaz de influenciar as motivações das pessoas. Desta forma, demonstra como os guias e propagandas, através de suas narrativas que associam texto e imagem, colaboram para criar um imaginário sobre a ilha cubana e motivar a viagem de turistas até este destino. O artigo nos mostra que há convergência entre a narrativa dos guias impressos internacionais e do material publicitário do governo cubano, ambos tentando construir uma imagem de Cuba como capaz de oferecer turismo de alto padrão de lazer, além da possibilidade de diversos consumos e experiências de luxo, num lugar onde se pode vivenciar uma experiência única de um país revolucionário e de história, cultura e hospitalidade singulares, diferindo de todo o resto do mundo por sua ordem financeira estatizada que se opõe ao capitalismo.

Compondo um segundo conjunto de trabalhos, o dossiê apresenta dois artigos que tratam de uma temática atual: o turismo comunitário. Diferentemente do primeiro conjunto, que aborda questões de turismo de massa, de diferentes propostas de mediações exógenas e da ordem global entre países e construção de imaginários, o terceiro e o quarto artigos nos levam em uma outra direção: para a comunidade de Coroca, em Santarém, Pará, e para a comunidade quilombola da Rasa, em Armação de Búzios, Rio de Janeiro. O artigo “Um estudo sobre tecnologias sociais e turismo comunitário: o caso da comunidade Coroca, Santarém, PA” trava uma discussão atual que relaciona turismo e tecnologia social. A partir de uma revisão histórica e conceitual de Tecnologia Convencional (TC), Tecnologia Apropriada (TA) e Tecnologia Social (TS), o artigo busca demonstrar, a partir do estudo de caso na comunidade de Coroca, a importância de dar visibilidade à experiência de turismo comunitário amazônico neste debate acadêmico e de reconhecer esta iniciativa em Coroca como o desenvolvimento endógeno de uma tecnologia social, sem participação de agentes exógenos como ONGs e fundações, conforme muitas vezes ocorre. Entendendo tecnologia social como uma construção social feita pelos próprios interessados, a etnografia apresentada proporciona um melhor entendimento do que significa o conceito, uma vez que sua narrativa nos leva a conhecer essa comunidade de apenas 17 famílias que a partir de 2015 começou a se organizar para receber turistas com interesse em conhecer a criação de tartarugas da região. Dessa forma, como nos mostra este estudo de caso, percebemos

como a criação endógena de uma tecnologia social possibilita o florescimento e fortalecimento do turismo na comunidade.

O artigo seguinte, “Topofilia e expressões imagéticas sobre o turismo: contribuições e perspectivas da comunidade quilombola da Rasa (Armação dos Búzios – RJ)”, dialoga em vários aspectos com o anterior, mas traz, também, um contexto específico e debates próprios. Se em Coroca conhecemos uma comunidade muito pequena e afastada de centros urbanos em que o turismo surpreendentemente se desenvolveu e vem florescendo com uma tecnologia social endógena, na comunidade da Rasa há uma situação de invisibilidade num município muito procurado como um dos principais destinos turísticos do Brasil. Excluídos do mapa do turismo – que retrata apenas o imaginário de sol, praia e lazer –, mas com forte presença na triste história da formação do município de Armação dos Búzios – o violento tráfico de pessoas trazidas à força nos chamados navios negreiros –, as comunidades quilombolas de Baía Formosa, Maria Joaquina e Rasa e seus territórios ainda precisam enfrentar constantes disputas de poder em razão de apropriação imobiliária gerada pelo forte turismo do município. Ao identificar e expor este contexto que existe em Búzios, o artigo tem como objetivo, entre outros, dar voz à comunidade da Rasa sobre o turismo na região e, em especial, no seu território. A partir do conceito de “topofilia”, foi utilizada a metodologia da fotografia participativa e a técnica do *photovoice*, propondo-se questões ao entregar uma câmera fotográfica de recursos básicos aos interlocutores, solicitando que tais questões formuladas fossem respondidas com fotografias tiradas pelos fotógrafos-participantes, no caso, os moradores do quilombo da Rasa. Assim, apreende-se não somente a visão de cada um, mas, também, as características e crenças de todo o grupo social.

O último artigo, “Ecoturismo e Desenvolvimento Territorial Sustentável em Chapada dos Guimarães, Mato Grosso, Brasil”, tem temática distinta dos demais, mas guarda semelhanças e afinidades com os trabalhos sobre turismo comunitário. O artigo explora o tema do ecoturismo na Chapada dos Guimarães (Mato Grosso), em especial no município que leva o mesmo nome da região. Com o objetivo de identificar o ecoturismo como potencial fator de desenvolvimento territorial, o artigo apresenta alguns conceitos de modelos de desenvolvimento econômico já amplamente utilizados até chegar ao ecodesenvolvimento. Dentro desse modelo econômico, o artigo nos mostra que o ecoturismo é uma possibilidade para o desenvolvimento territorial e para que se alcance os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial o primeiro destes – erradicação da pobreza. Após uma ampla revisão teórica, na qual entendemos que o ecoturismo está voltado para a valorização do endógeno – como uma cultura específica, a preservação e educação ambiental e a produção local –, percebemos as conexões teóricas e de objetivos com os trabalhos anteriores, mas o método utilizado é outro. Trabalhando com dados estatísticos e, também, algumas respostas qualitativas, o artigo nos permite enxergar o ponto de vista de pessoas que já trabalham com turismo na Chapada dos Guimarães, trazendo, assim, uma contribuição para ampliar nosso olhar sobre a dinâmica do processo de desenvolvimento do turismo na região.

Assim, nesta pequena “viagem” por algumas perspectivas de investigação sobre o fenômeno turístico, apresentamos um grupo de artigos que ilustram as diversas possibilidades de métodos e campos de observação. Constata-se que o turismo é um objeto rico para pesquisa na busca por seus significados relacionados ao que esteja constituído em diversos níveis – nos discursos, nas representações, nas práticas, nas relações sociais, culturais, espaciais e territoriais.

NOTAS EXPLICATIVAS

¹ APPADURAI, A. Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, Culture and Society*, v. 7, n. 1 e 2, p. 295–310, jun. 1990.

² LASH, S.; URRY, J. *Economies of Signs and Spaces*. London: Sage, 1994.

³ KRIPENDORF, J. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

⁴ URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC, 1999.

⁵ NASH, D. Tourism as an Anthropological Subject. *Current Anthropology*, v. 22, n. 5, p. 461–481, Oct. 1981.

⁶ JAFARI, J. El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, v. 42, n. 1, p. 39–56, 2005.