

Encontros turísticos: reflexões sobre o turismo através da subjetividade do turista¹

Vera Maria Guimarães²

Resumo:

O presente artigo pretende contribuir com algumas reflexões sobre o “turismo”, enquanto categoria de análise nas Ciências Sociais. Destaca-se o fenômeno turístico enquanto processo, enfatizando-se seu caráter sociocultural e relacional, em contraposição aos aspectos economicistas, técnicos e estáticos da concepção de turismo, que muitas vezes, limitam a interpretação deste fenômeno. O turismo, enquanto processo, envolve um conjunto de relações sociais concretizadas pelas práticas turísticas. A percepção destas práticas em suas dimensões subjetivas é um dos caminhos possíveis em pesquisas nesta área. Neste sentido, alguns estudos têm enfatizado, como possibilidade de pesquisa, um enfoque que dê conta de aspectos mais subjetivos das práticas turísticas que envolvam as motivações do turista e a questão do “self”. Estas discussões estão presentes em abordagens antropológicas do turismo, mas também, em outras áreas das Ciências Sociais. Neste sentido, este tipo de abordagem problematiza o que vem a ser o turista e o não turista cujas identidades são fluidas e efêmeras. Autores, como Abram e Waldren (1997), entre outros, destacam a importância da análise das relações sociais nos estudos do turismo, sob o agrupamento do que se poderia chamar “encontros turísticos”. A concepção de encontros turísticos pode ser também encontrada em Crouch (2001), e outros, numa abordagem da Geografia Humana. Neste sentido, parte-se aqui da concepção de “encontros turísticos” como expressão que possibilitaria uma percepção mais processual da atividade turística e captadora de seu caráter dinâmico e fluido. A ideia de “encontros turísticos” pode representar o próprio encontro do turista consigo mesmo. Tendo em vista as discussões em questão, o artigo também toma como referência alguns depoimentos de turistas em temporada de verão, em Florianópolis/SC.

Palavras-chave: Desenvolvimento do Turismo. Planejamento Público Estadual. Sustentabilidade.

TOURIST ENCOUNTERS: REFLECTIONS ON TOURISM THROUGH THE TOURIST'S SUBJECTIVITY

Abstract:

This article aims to contribute around some thoughts on the “tourism” as a category of analysis in the Social Sciences. We highlight the tourism phenomenon as a process, emphasizing its socio-cultural and relational characters, as opposed to the economist, technical and static ones that are under the conception of tourism. The last ones often limit the interpretation of this phenomenon. Tourism as a process involves a set of social practices implemented by the tourist. The perception of these practices in their subjective dimensions is one of the possible paths of research in this area. In this sense, some studies have emphasized the possibility of such research, an approach that takes into account the more subjective aspects of tourism practices involving the motivations of the tourist and the question of ‘self’. These discussions are present in anthropological approaches of tourism, but also in other areas of Social Sciences. Thus, this type of approach tends to be what will the tourist and non tourist whose identities are fluid and ephemeral. Authors such as Abram and Waldren (1997), among others, highlight the importance of analyzing social relations in tourism studies, under the umbrella could be called “tourist encounters.” The development of tourism meetings can also be found in Crouch (2001), and others, an approach of Human Geography. In this sense, it is here, the concept of “tourist encounter” as an expression that would allow a more procedural perceptions of tourism and its scavenging nature dynamic and fluid. The idea of “tourist encounter” may represent himself against the tourist himself. Given the discussions in question, the article also makes reference to some statements from tourists in summer season, in Florianópolis/SC.

Keywords: Tourism Development. State Public Planning. Sustainability.

¹ Esta reflexão foi apresentada, inicialmente, na VI Reunião de Antropologia do Mercosul, em 2005, e está associado à minha Tese de Doutorado, defendida em 2006, intitulada “A Modernidade e os Encontros Turísticos: turistas na Barra da Lagoa/Florianópolis-SC”. Seu tema geral trata da relação entre turismo e modernidade, tendo sido desenvolvida pesquisa de campo na Praia da Barra da Lagoa, Florianópolis/SC, Brasil, pelo Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas (UFSC). Embora o texto original tenha sido produzido há alguns anos, acreditamos que as questões apresentadas continuam atuais e pouco debatidas na academia, portanto, o texto foi revisado, mas mantém seu formato inicial.

² Docente da Universidade Federal do Pampa /UNIPAMPA, no Curso Superior em Tecnologia e Gestão de Turismo. Graduada em Ciências Sociais, com Doutorado em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: veraguimaraes@unipampa.edu.br.

ENCUENTROS TURÍSTICOS: REFLEXIONES SOBRE EL TURISMO ATRÁVES DE LA SUBJETIVIDAD DE LOS TURISTAS

Resumen:

Este artículo tiene como objetivo contribuir en torno a algunas ideas sobre el “turismo” como una categoría de análisis en las Ciencias Sociales. Se destaca el fenómeno del turismo como un proceso, haciendo hincapié en la concepción de su socio-cultural y relacional, en oposición a los aspectos economicistas, técnicos y estática del turismo, que a menudo limitan la interpretación de este fenómeno. El turismo como un proceso implica un conjunto de prácticas sociales implementadas por el turista. La percepción de estas prácticas en sus dimensiones subjetivas es una de las posibles vías de investigación en esta área. En este sentido, algunos estudios han puesto de relieve la posibilidad de que este tipo de investigación, un enfoque que tome en cuenta los aspectos más subjetivos de las prácticas turísticas que implican las motivaciones del turista y la cuestión del “yo”. Estas discusiones están presentes en los enfoques antropológicos del turismo, sino también en otras áreas de las Ciencias Sociales. Por lo tanto, este tipo de enfoque tiende a ser lo que el turista y el turismo no cuyas identidades son fluidas y efímero. Autores como Abram y Waldren (1997), entre otros, ponen de relieve la importancia de analizar las relaciones sociales en los estudios de turismo, bajo el paraguas que se podría llamar “encuentros turísticos”. El desarrollo de los encuentros turísticos también se puede encontrar en Crouch (2001), y otros, un enfoque de Geografía Humana. En este sentido, es aquí, el concepto de “encuentros turísticos” como una expresión que permita una percepción más de procedimiento del turismo y su naturaleza de barrido dinámicos y fluidos. La idea de “encuentros turísticos” puede representarse a sí mismo contra el propio turista. Teniendo en cuenta los debates celebrados, el artículo también hace referencia a algunas declaraciones de los turistas en temporada de verano, en Florianópolis / SC.

Palabras-clave: Desenvolvimento del Turismo. Planeamiento público estadual. Sustentabilidad.

1 ENCONTRANDO O “TURISMO” NAS CIÊNCIAS SOCIAIS

Este artigo pretende contribuir em torno de algumas reflexões sobre o “turismo”, enquanto categoria de análise investigada pelas Ciências Sociais, através da utilização de alguns estudos no campo da Sociologia, da Antropologia e da Geografia Humana³. A partir destas áreas, podemos pensar em uma abordagem

³ No Brasil, quando se fala em Ciências Sociais, em geral, referimos à Sociologia, à Ciência Política e à Antropologia, porém, tomo aqui também como referência o campo da Geografia Humana, pelo fato de alguns autores, que discutem questões teóricas sobre turismo, apresentarem abordagens próximas ao campo da Sociologia e da Antropologia, para os fins que aqui nos interessam.

mais interdisciplinar nos estudos do turismo, mesmo que dentro dos limites de cada um destes campos de conhecimento. Esta discussão teve motivação decorrente do meu trabalho de campo, com turistas na praia da Barra da Lagoa, na cidade de Florianópolis/SC. Naquele momento busquei relatar, através de observações e depoimentos de turistas, as motivações e percepções daqueles sujeitos, naquele espaço. Não cabe aqui entrar em detalhes sobre “o campo”, mas sim considerá-lo como pano de fundo para algumas discussões teóricas, aqui sucintamente comentadas.

Uma primeira questão que podemos considerar é o fato de que, quando estamos no campo das Ciências Sociais, como sociólogos, ou antropólogos, por exemplo, podemos nos deparar com um amplo conjunto de temas que fazem parte da sociedade contemporânea, dentre os quais alguns vão se legitimando como campos mais consolidados de pesquisa e, portanto, mais sistematizados⁴. Num amplo conjunto de possibilidades de pesquisa, alguns destes temas podem ser vistos como mais transversais do que outros, à medida que carregam uma complexidade nos processos sociais que desencadeiam, de tal forma que necessitam do aporte de diferentes ciências na sua investigação. Cabe lembrar que a “disciplinaridade” é uma marca da ciência moderna, e não da realidade como tal.

O turismo enquanto “objeto de estudo” é uma destas áreas transversais, mas ainda é um campo de pesquisa pouco legitimado e sistematizado academicamente, considerando-se o que se tem observado na América Latina, em particular nas Ciências Sociais⁵.

Neste sentido, os cientistas sociais ainda estão tentando “encontrar”, em suas inúmeras possibilidades de indagações e pesquisas, o lugar do turismo como possibilidade de pesquisa. De qualquer forma, constata-se que fenômeno turístico tem interessado pesquisadores de várias áreas das Ciências Humanas,

⁴ Aproveitamos aqui algumas observações presentes em artigo apresentado no Congresso da Rede Mercocidades (FARIAS; GUIMARÃES, 2004).

⁵ O campo do turismo como campo de pesquisa acadêmica ainda é relativamente recente, se compararmos a outros tipos de estudo, pois o próprio fenômeno turístico, no seu sentido moderno, enquanto fenômeno social, mais amplo, dissemina-se a partir da década de 1940, após a Segunda Grande Guerra. Segundo Sousa, o turismo passa a ser “objeto de estudo” no período entre guerras em países como Suíça, França, Grã-Bretanha e Alemanha inicialmente, como ciência auxiliar da Economia, na análise do movimento de “forasteiros”. No caso do Brasil, algumas reflexões contemporâneas sobre a relação turismo e Ciências Sociais, em especial, no caso da Antropologia, podem ser encontradas em: Barretto (apud SERRANO et al., 2000); Banducci Jr.; Barretto (2001) e Barretto (2003).

além dos “turismólogos”, em especial. Assim, podemos encontrar diversos tipos de abordagens sobre o turismo provenientes de várias áreas de conhecimento.

Neste contexto, em geral, encontramos uma tendência a admitir a natureza interdisciplinar do fenômeno turístico, mas isto não implica que encontramos o predomínio de estudos interdisciplinares sobre o tema. No caso do Brasil, os debates sobre a questão da interdisciplinaridade no meio acadêmico, em geral, têm crescido nos últimos anos, mas ainda de forma insipiente.

Sobre a definição de “interdisciplinaridade”, Leis (2005) critica a tendência homogeneizadora da teorização sobre o tema, afirmando que não é possível estabelecer um único conceito. Para o autor, a interdisciplinaridade pode ser entendida como “uma reação alternativa à abordagem disciplinar normalizada (seja no ensino ou na pesquisa) dos diversos objetos de estudo. Existem sempre, portanto, várias reações interdisciplinares possíveis para um mesmo desafio do conhecimento.” (p. 5)

No caso do turismo, verifica-se que as distintas Ciências Humanas abordam a problemática do turismo a partir de um campo disciplinar, constituindo, por exemplo, uma Sociologia do Turismo, uma Antropologia do Turismo, uma Geografia do Turismo, etc. Por outro lado, há os que buscam o desenvolvimento de uma “Ciência do Turismo”, como campo autônomo no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas. Neste campo, contudo, alguns autores têm problematizado a categoria “turismo”, tanto em relação ao seu tratamento acadêmico, como em relação às características do que venha a ser o turismo empiricamente. Os britânicos Rojek e Urry (2000), por exemplo, questionam a autonomia do objeto de estudo “turismo”, embora tenham a intenção de criticar abordagens que sejam mais economicistas. Segundo eles, estas perdem de vista o caráter sociocultural do fenômeno turístico. Mesmo que estes autores não discutam a questão da interdisciplinaridade, enquanto sociólogos têm o mérito de buscar aproximar o tema ao interesse dos cientistas sociais.

Além de Rojek e Urry, outros pesquisadores vêm questionando o que venha a ser o fenômeno turístico de fato, pois reconhecem que a sociedade contemporânea tem passado por transformações mais globais, as quais têm afetado o caráter das práticas turísticas e, mais do que isso, colocado o turismo num novo patamar de importância social. Isto significa que o turismo atual reflete um conjunto de novas condições de mobilidade, num contexto de crescimento de fluxos de pessoas e

objetos⁶. Esta dinâmica contribui, cada vez mais, para “misturar” eventos e culturas, a partir das relações local/global e seus paradoxos. Além disso, assim como outros fenômenos modernos, o turismo também não foge ao caráter paradoxal da modernidade ou, como se refere Bauman, à “ambivalência” moderna.

Neste contexto, as Ciências Sociais se deparam com o crescimento do fenômeno turístico e, ao mesmo tempo em que poucos ainda exploram este fenômeno, deparam-se com a necessidade de problematizá-lo como objeto de estudo. Tendo em vista estas observações preliminares, a forma como podemos tratar a questão do turismo, no campo das Ciências Sociais, coloca-nos vários desafios e incertezas. Entretanto, parece-nos interessante considerar que muitas das abordagens sobre o turismo, neste âmbito, não são, por si só, excludentes. Consideramos que o turismo é, antes de qualquer coisa, um fenômeno sociocultural que se processa num determinado tempo e espaço. Envolve uma dinâmica de relações sociais concretizadas pelas práticas turísticas. Neste contexto, destacaremos algumas abordagens sobre o “objeto de estudo” turismo e alguns possíveis “olhares” no tratamento deste fenômeno.

2 A CATEGORIA “TURISMO” E SUAS POSSIBILIDADES DE ANÁLISE:

ALGUMAS RELATIVIZAÇÕES

Os aspectos até aqui levantados se fizeram presentes quando resolvemos pesquisar, a partir de uma bagagem, inicialmente mais sociológica, o tema do turismo. Pensamos que uma das possibilidades de encarar este tema era investigar seu eixo central, ou seja, a figura do turista, partindo-se do universo descrito por Urry (1996) a partir do “olhar do turista”. Contudo, desde o início sabíamos que um “olhar” sociológico não seria o suficiente para descrevermos algumas questões básicas sobre o turismo. E também percebemos que, muitas vezes, o turismo de que se fala na literatura é muito mais “glamouroso” do que o turista que encontramos, posto que, muitas vezes, é associado a longas distâncias, ao “exótico”, portanto, muito diferente do estilo de muitos turistas. Observamos, em muitas comunidades, pessoas visitando lugares e recebendo visitantes que estão muito

⁶ Sobre questões dessa natureza, Rial (1995), por exemplo, enquanto antropóloga, ao pesquisar cadeias de *fast-foods*, pergunta-se como agir frente a objetos de estudo contemporâneos, difíceis de serem demarcados e territorializados. Os “novos” objetos encontram-se em toda a parte, sua “presença aparece mais como temporal do que geográfica”, afirma. Parece-nos que o turismo também apresenta componentes semelhantes a estes “novos” objetos de estudo.

próximos entre si, ou em termos da distância geográfica de origem e destino, ou em termos culturais. O turismo em balneários é um exemplo que reflete este tipo de situação. Embora a OMT (Organização Mundial de Turismo)⁷ estabeleça critérios para designar que tipo de viagem deva ser considerada turística, acreditamos que isto pode, muito mais, ser encarado como um recurso técnico, importante para estatísticas econômicas, do que critérios que possam captar o fenômeno turístico em sua complexidade, do ponto de vista empírico.

Ao nos depararmos com o “turismo de praia”, comum em várias localidades no Brasil, e outros países, é que percebemos algumas dificuldades em se delimitar o turismo do “não turismo”, na medida em que não optamos por entrar na discussão da chamada segmentação do mercado turístico, haja vista que temos várias terminologias para diferenciar os tipos de turismo praticado, de acordo com as intenções dos turistas e cenários onde os eventos se desenrolam (turismo ecológico, turismo religioso, turismo de negócios, etc.). Num cenário mais amplo, é possível observar diversos tipos de fluxos de pessoas mundo afora que, cada vez mais, se confundem entre si e, dentro deste contexto, as fronteiras do turismo e do não turismo nos parecem mais tênues. Esta discussão pode ser encontrada em Rojek e Urry, Abram e Waldren e David Crouch, entre outros, a partir de enfoques da Sociologia, da Antropologia e da Geografia Humana.

Inspiramo-nos, então, na discussão do que venha a ser o turista e o não turista partindo-se do princípio de que estas identidades são fluidas e efêmeras, na medida em que alguns autores destacam a importância da análise das relações sociais nos estudos do turismo, sob o agrupamento do que se poderia chamar “encontros turísticos”. No âmbito da Antropologia, podemos destacar os estudos apresentados por Abram, Waldren e MacLeod (1997), na coletânea “Tourist sand tourism: identifying with people and places”. Nestes estudos, o turismo é visto como um processo, sendo criticado o domínio da visão do turismo como um negócio, no qual prevalecem as questões de ordem econômica ou de planejamento. Neste contexto, os pesquisadores comentam que ainda é incipiente a visão do turismo em torno de um conjunto de relações sociais que poderiam ser agrupadas dentro do que se poderia chamar “encontros turísticos”. Além disso, destacam que a definição de “turismo” ainda é algo problemático.

⁷ A concepção de turismo da OMT (WTO) pode ser encontrada no seu site: <http://www.world-tourism.org/espanol/statistics/tsa_project/basic_references/castellano/A.1.1.1...>. Acesso em 13 jul. 2004.

A ideia de “encontros turísticos” nos parece interessante, porque, de alguma forma, permite-nos pensar o turismo enquanto processo dinâmico, que envolve um conjunto de situações através das quais os indivíduos em ação podem mudar sua condição inicial, a partir do que encontram na experiência turística. Caberia, então, destacarmos alguns pontos desta discussão.

Abram e Waldren (1997), por exemplo, consideram que muitas pesquisas na Antropologia e na Sociologia do Turismo diziam respeito à definição do tema, como Valene Smith⁸ e Eric Cohen⁹, que esforçaram-se em caracterizar turismo e turistas através de uma tipologia, fundamentada na prática ou na identidade. Nestas concepções, poderíamos dizer mais clássicas, algumas questões importantes, de acordo com os autores, ficariam de fora das concepções de turismo, como, por exemplo, a transformação de visitantes em residentes.

Isto indica, segundo Abram e Waldren (1997), que o turismo é uma palavra livremente associada com um fenômeno, e que este fenômeno é um conjunto de práticas com poucas fronteiras claras, e algumas ideias centrais. Coloca-se a posição de que, mais importante do que organizar uma nova tipologia do turismo, seria aceitar que suas fronteiras não são bem delineadas, o que também serve para a identificação dos turistas.

Seguindo esta linha de raciocínio, estes pesquisadores argumentam que é difícil identificar a própria comunidade hospedeira, pois pertencer a alguma comunidade é algo constantemente redefinido, e, assim, uma noção estática de comunidade torna-se difícil. Para eles, a comunidade não é uma “coisa”, mas um conceito relacional, articulado através de ações, discursos e símbolos e o turismo, portanto, também deve ser pensado deste modo. Destacam, ainda, que não se trata de destruição de culturas locais autênticas, mas da organização de aspectos identitários das pessoas e suas relações com o mundo.

Abram e Waldren (1997) buscam, deste modo, contrariar o argumento de que o turismo destrói culturas locais autênticas, pois as pessoas, neste contexto, podem reconsiderar suas identidades neste processo. Em relação a estas questões, o artigo de Kohn (1997) “Island in volvement and the evolving tourist”, ao descrever o trabalho de investigação antropológica, em uma

⁸ A coletânea organizada por Smith, “Host and Guests”, lançada em 1977, tornou-se uma referência obrigatória na Antropologia do Turismo e nos estudos do turismo de modo geral.

⁹ No campo da Sociologia, Eric Cohen procura definir uma tipologia das experiências turísticas e discutir a concepção de turismo, questões que podem ser encontradas em artigos de 1972, 1974 e 1979.

pequena ilha escocesa, no fim dos anos 1980, sugere que o turismo é um dos elementos de um processo mais amplo de mudanças de identidades, pois os visitantes que chegam podem acabar por se tornarem ilhéus. Ela mostra como os turistas, com o passar do tempo, podem se tornar parte do local e criar a comunidade hospedeira.

Kohn faz uma classificação tipológica dos turistas encontrados discordando de Urry quando este afirma que as pessoas colecionam lugares e não têm interesse em voltar ao mesmo lugar. Para ela, isto não pode ser generalizado e é necessário colocar a questão do por que algumas visitas são repetidas em certos lugares.

Independentemente da tipologia estabelecida, a autora reconhece que estas categorias, por ela identificadas, são ambíguas. Especificamente, ela se refere ao fato de que todos poderiam ser chamados de turistas em algum contexto, mesmo que por instantes, quando se aglomeram, por exemplo, num *pier*, ou *shop*. Contudo, ela relativiza seu estudo sugerindo que as identidades das pessoas, na ilha pesquisada, são aptas à negociação de um modo tal que em outros destinos turísticos isto não necessariamente acontece.

Este tipo de estudo mostra-nos as possibilidades de pensarmos a questão do turismo, em torno de aspectos que não estão dados ou predeterminados em relação aos turistas, como os que separam rigidamente visitantes e comunidade local.

Em nossa experiência, ao visitarmos a praia da Barra da Lagoa, na cidade-ilha turística de Florianópolis/SC, fomos identificar quem são os turistas que aparecem sempre nas estatísticas de todo o ano, as quais, inclusive, demonstram que o número de visitantes-turistas vem crescendo, ano após ano¹⁰. A primeira impressão ao se visitar a praia no verão é de que todos são supostamente turistas, mas, ao mesmo tempo, percebemos que há visitantes que moram na cidade, há os “excursionistas de um dia”, os visitantes de outros Estados do Brasil e os visitantes de outros países, além dos vendedores ambulantes de outros Estados, e, por isso, as questões levantadas parecem importantes, pois neste emaranhado de “identidades”, que circulam pelo mesmo espaço, há pontos em comum entre elas, à medida que todos são afetados pelo turismo. Deste modo, seria relevante problematizar o que venha a ser o turista e o não turista

¹⁰ As pesquisas citadas são organizadas pela SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A, empresa de economia mista, criada em 1977 para a fomentação e divulgação da política estadual de turismo, estando vinculada à Secretaria do Estado da Organização do Lazer. Mais informações cf. o site: <http://www.santur.sc.gov.br/>. Cabe destacar que existem diferentes tipos de estudos acadêmicos sobre o turismo em Florianópolis, que não nos cabe aqui discutir.

e pensarmos o turismo de um ponto de vista mais relacional, conforme propõem Abram e Waldrem.

O “turista”, como categoria de análise, ainda precisa ser mais investigado; alguns estudiosos comentam que os pesquisadores pouco ouvem os turistas. Desforges (2000), por exemplo, salienta esta questão afirmando que falta maior engajamento empírico com os turistas propriamente ditos, ou seja, em geral, poucos estudos falam do que a viagem significa para os turistas. Muitas vezes, os turistas não são adequadamente representados, parecendo ser mais uma figura mítica inventada para a discussão acadêmica. Neste contexto, centrar alguns estudos na figura do turista nos parece importante e Desforges apresenta algumas considerações neste sentido.

Pensamos que, através da relativização da categoria “turismo”, a partir do que podemos encontrar empiricamente no turismo, é possível se pensar em diferentes possibilidades de investigação que poderiam ser agrupadas na concepção de “encontros turísticos”, a partir de alguns autores aqui comentados. A percepção das práticas turísticas em suas dimensões subjetivas é um dos caminhos possíveis nas pesquisas. Neste sentido, alguns estudos têm enfatizado, como possibilidade de pesquisa, um enfoque que dê conta de aspectos mais subjetivos do fazer turismo, que envolvam as motivações do turista e a questão do “*self*”. Estas discussões estão presentes em abordagens antropológicas do turismo, mas também em outras áreas das Ciências Sociais. Neste sentido, vamos destacar alguns trabalhos nesta linha de pensamento.

3 ENCONTRANDO O “SELF” NO TURISMO

Encontramos a concepção de “encontros turísticos, na qual o turista é o eixo de discussão, também no trabalho de David Crouch, em conjunto com Aronsson e Wahlström (2001)¹¹. No artigo apresentado sob o título “Tourist Encounters”, os autores, a partir de uma abordagem da Geografia Humana, dialogam com a literatura sociológica e antropológica, entre outras áreas, buscando apontar algumas dimensões dos encontros turísticos. A figura do turista é, nesta perspectiva, entendida como componente fundamental para se compreender o turismo.

As reflexões de Crouch (et al., 2001) são resultados de pesquisa em que se explora um modelo de encontros entre diferentes grupos de pessoas na ilha de Smögen, ao longo do arquipélago ocidental da Suécia. Os autores entendem

¹¹ Alguns pontos deste artigo são destacados no artigo –“Teorias sociológicas contemporâneas e a dimensão do turismo como expressão sociocultural” (FARIAS; GUIMARÃES, 2003b).

por “encontro” um processo onde o sujeito tem um papel ativo que também envolve a reflexividade. Desta forma, defendem que as práticas turísticas devem ser entendidas como encontros intersubjetivos, em que a mediação está na forma como o corpo está engajado ativamente no espaço. É nesta dimensão que se torna central a noção de negociação, onde o mundo do turista não está prefigurado, mas figurado e refigurado no processo de ser turista. Neste contexto, o espaço tem importante papel e pode ser considerado como algo que, em parte, apresenta significados construídos pelo turista. Desta forma, aqui também o turismo é relativizado a partir do ponto de vista de que as relações que se dão no espaço turístico não são estáticas, mas remodeladas pela experiência suscitada pelas “performances” dos sujeitos. Neste sentido, os autores argumentam que os turistas fazem seu próprio sentido da experiência do turismo, onde entram negociações, mudanças nas visões de mundo, entre outros aspectos.

Crouch (et.al., 2001) e seus colegas chamam a atenção para o fato de que as pessoas vivem os lugares não apenas culturalmente, mas também corporalmente, onde, pela nossa própria presença, temos uma influência sobre os outros, sobre seu espaço e vice-versa, influência, muitas vezes, considerada negativa e fonte de conflitos, portanto, são encontros que podem ser negativos ou positivos. Desta forma, os autores nos indicam que estes aspectos, embora estejam centrados na figura do turista, afetam relações mais amplas que aquelas ligadas ao fenômeno turístico. A presença física de alguém que é estranho à comunidade pode gerar experiências negativas, não necessariamente explícitas, conforme encontramos em depoimentos de turistas em nossa pesquisa na Barra da Lagoa. Uma das turistas entrevistadas, ao circular em espaço por ela considerado “território dos locais”, teve percepções negativas sobre a população, como a sensação de desprezo e discriminação, que a fizeram repelir a possibilidade de uma nova experiência turística no local.

De qualquer modo, as experiências turísticas, positivas ou negativas, não estão limitadas às relações turistas e não turistas, pois os próprios turistas também podem ter representações conflituosas sobre outros turistas¹². Entretanto, na distinção entre turistas e não

¹² Em uma de nossas entrevistas, uma jovem proveniente da cidade de São Paulo, ao ser perguntada pelo tipo de contatos que procura com outros turistas, referiu-se de forma repulsiva aos argentinos, afirmando: “eles têm que falar a nossa língua [...] não tentar que a gente fale a língua deles” (neste caso, porém, não ignoramos que existem questões mais amplas relativas a uma animosidade entre brasileiros e argentinos, independentemente do turismo. Este tema pode ser encontrado no trabalho de Schmeil (1994), realizado na praia de Canasvieiras, Florianópolis.

turistas, Crouch (2001, et.al.) também problematiza estas categorias visualizando que, no contexto atual, estas distinções são mais maleáveis e fluidas. De acordo com estes autores, estas dimensões mais subjetivas também contribuiriam para uma melhor compreensão do papel do turismo na cultura contemporânea, além de colaborarem nas discussões em torno de políticas sobre tradição/herança, sustentabilidade e autenticidade.

O tema da subjetividade no turismo também é explorado em Desforges (2000), quando o autor discute a questão da identidade do turista em torno da sua biografia de vida. Ao analisar questões relativas ao consumo nas práticas turísticas, o autor nos auxilia a resgatar as diferenças na utilização de vários conceitos nos estudos do turismo que dizem respeito à subjetividade. Os estudos que associam viagens e subjetividade apresentam conceitos, que, de acordo com Desforges, podem ser abrigados na concepção de “personhood” (que podemos nos referir como - “relativo à pessoa”), contudo, ele lembra que isto não é algo novo na literatura. Sugere que a noção de “autoidentidade” (“self-identity”) é interessante e frutífera para questões empíricas quando se pesquisa, como no seu caso, a questão dos investimentos que os turistas fazem para viajar. Em tal pesquisa o autor procurou observar os usos das viagens de longa distância, denominadas “long-haultravel”, para as identidades de turistas do Reino Unido. Ele explora momentos-chave nos quais a viagem é usada para a autoidentidade.

Conforme Desforges (2000), nos estudos “da pessoa” (*personhood*), o eixo está centrado em questões como - “que tipo de pessoa eu sou”? Nesta discussão, o autor destaca os vários termos que têm sido usados na literatura em geral, sendo, em particular, três deles costumeiramente encontrados: identidade, subjetividade e eu/indivíduo (“self”).

Observa também que, nos estudos do turismo, o termo “identidade” tem sido usado em especial, pela Antropologia, como na coletânea de Smith (1989) e de Abram, Waldren e Macleod (1997), onde há uma mudança importante na conceitualização de identidade. Nestes estudos, o turismo é visto como processo, não como causa de declínio de uma identidade local pré-existente.

Desforges (2000) também cita como exemplo o livro de Urry, “Consuming Places”¹³, especialmente quando o autor utiliza a noção de subjetividade para se referir a algumas das características da identidade europeia produzidas pelo consumo do turismo, em relação à forma “como as pessoas de fato experimentam o mundo”.

¹³ URRY, John. Consuming places. London: Routledge, 1995.

Outra noção relativa à pessoa, usada em alguns estudos do turismo, é a noção de “*self*”. Este conceito, afirma Deforges, apresenta-se num patamar mais individualista do que o de identidade, embora tenha relação com a questão “que tipo de pessoa eu sou”, mas não está relacionado a questões étnicas, nacionais, regionais ou de classe, mas está mais situado na concepção de pessoa, como um indivíduo social. Nesta linha de pensamento, ele cita MacCannell¹⁴ ao referir-se à experiência fragmentada da modernidade e a resultante alienação do indivíduo da sociedade e da natureza, onde o indivíduo alienado através das práticas turísticas tenta descobrir um sentido para o “*self*”.

Ainda, de acordo com Deforges (2000), algumas concepções relativas à pessoa, nos estudos turísticos, apontam para a importância do “tipo de pessoa” que os turistas querem ser, através da imaginação e da *performance*, que possibilitam aos turistas “pensar em si mesmos como tipos particulares de pessoas” (2000, p.930). Em sua pesquisa, ele explora as noções de autoidentidade (*self-identity*) e turismo, principalmente a partir de algumas ideias de Giddens¹⁵. Ele coloca importância na questão da biografia, porque é pela produção de sua história (da história do “*self*”) que o indivíduo pode fornecer a si mesmo um senso de continuidade na sua identidade. Assim, o indivíduo pode, através da reflexividade, orientar-se para o futuro, futuro este que, na alta modernidade, está num plano de oportunidades e riscos que cabe aos indivíduos escolher.

Deforges (2000) ressalta que, através deste tipo de abordagem, também é possível entender os desejos dos turistas, em especial a sua imaginação espacial, como quando se referem às qualidades imaginadas em destinos não tão conhecidos por eles, qualidades relativas à aventura, natureza, e diferença. Adverte, contudo, que esta escolha não significa deixar de criticar as práticas turísticas em função dos impactos de variados tipos causados por elas, mas, de qualquer forma, para lidar com isto, o autor reafirma ser importante avaliar os desejos dos turistas.

Portanto, quando o “*self*” se torna uma questão a ser dimensionada nos estudos do turismo, isto não significa dissociá-lo de questões mais estruturais presentes neste fenômeno. Podemos também comentar os estudos de Bruner (1991), ao enfocar questões sobre representação, poder e autenticidade. Este autor, numa abordagem antropológica, apresenta algumas reflexões instigantes a partir de pesquisa que compara *performances* turísticas, na Indonésia, Leste da África e Estados Unidos.

O autor parte da afirmação que os ocidentais que viajam ao exótico terceiro mundo terão uma viagem para lembrar para o resto da vida e retornarão renovados, no sentido de ser uma nova e diferente pessoa (afirmação que costuma ser difundida através da publicidade turística). Bruner parte do discurso turístico que oferece, segundo ele, nada mais do que uma total transformação do “*self*”. Sua crítica é que, através deste tipo de representação, escamoteia-se o papel do “nativo” neste processo, ou seja, neste encontro entre turistas e nativos é como se nada acontecesse ao “objeto nativo”, apenas ao turista. Analisando brochuras de propaganda do Leste Africano, Bruner (1991) relata que o nativo é visto como um remanescente de culturas pré-históricas que continuam vivendo do mesmo modo através do tempo: ele está intocado e não tem sido afetado por mudanças sociais e técnicas.

Em contraste com a promessa de uma total mudança no “*self*” do turista, o “*self*” do nativo permanece o mesmo, como diz Bruner, “apesar da revolução industrial, do colonialismo, guerras de independência [...], do desenvolvimento econômico, do turismo, e toda a produção da tecnologia moderna [...]” (1991, p.239)

Ele também contesta a visão de MacCannell que destaca, como mote essencial do turista, a busca pela autenticidade (que seria o resultado da insatisfação com sua sociedade de origem). Para Bruner (1991), certos dados sugerem que a maioria dos turistas está bem satisfeita com sua própria sociedade, portanto não são alienados e não estão, necessariamente, buscando uma experiência autêntica. Os turistas têm consciência de que as *performances* nativas no seu itinerário são construções para um público estrangeiro e eles aceitam uma reprodução, contanto que seja boa. Neste sentido, o autor critica o conceito de autenticidade que, para ele, está mais na cabeça dos teóricos ocidentais do que na dos turistas e nativos.

Bruner (1991) visa demonstrar que não é o turista o principal afetado a partir de sua experiência de viagem, como divulga o discurso turístico, mas, antes, ocorre o oposto, isto é, na experiência turística, o “*self*” muda muito pouco, enquanto as consequências do turismo para os nativos são profundas. Bruner quer destacar que seu enfoque apresenta uma mudança de eixo, pois existem estudos semelhantes que investigam as relações entre turistas e nativos, mas que se baseiam nas mudanças econômicas e culturais resultantes do turismo, numa linha que enfatiza o neocolonialismo, enquanto seu foco é nas transformações do “*self*”. Neste contexto, para ele, o “*self*” do nativo pode ganhar mais,

¹⁴ MACCANNELL, Dean. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press, 1999.

¹⁵ Cf. GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

no sentido de sua expansão e mudança, do que o “*self*” do turista, entretanto, adverte que esta hipótese pode ser válida, mais para o turismo de massa do que para viajantes individuais. Bruner, porém, reconhece ser difícil manter esta diferença na prática, pois os dois tipos de turistas andam pelos mesmos lugares.

Também no campo das representações sobre o “outro”, Galanti-Moutafi (2001) discute a questão do “*self*”, relacionando a Antropologia e o turismo (“The self and the other: traveler, ethnographer, tourist”). A relação entre Antropologia e viagem, no sentido mais amplo do termo, é conhecida na literatura antropológica como um componente do trabalho de campo, contudo, há várias formas a partir das quais esta relação pode ser explorada. No caso de Galanti-Moutafi (2001), seu argumento principal é que a viagem, enquanto jornada, facilita a redefinição das fronteiras do “*self*”, pois não há somente o movimento de um lugar a outro, mas também a prática constante de negociação entre o familiar e o desconhecido. Neste sentido, afirma que tanto a Antropologia quanto o turismo produzem representações do outro que estão associados a um contexto de mediação da experiência da modernidade (2001, p.215).

Segundo Galanti-Moutafi, os deslocamentos são importantes porque se relacionam às noções de limites/fronteiras, dentro e fora, distância e diferença, que contribuem na reconstrução e renegociação do “*self*”. O autor também se refere à diluição das fronteiras do turismo, e, neste contexto, estaria crescendo uma reorientação do olhar dos etnógrafos para o “*self*” como lugar apropriado para a interpretação da experiência cultural. Ele também reconhece, assim como outros autores citados anteriormente, que o termo “turismo” apresenta uma definição problemática em função de sua dicotomia, numa linha de reflexão ao estilo de Abram e Waldren (1997) em sua percepção do turismo como um processo. Assim, as identidades do turista não podem ser vistas como estáticas e invariáveis.

Galani-Moutafi (2001) também se interessa pelo fenômeno da recorrência dos turistas a lugares já visitados, aspecto já comentado presente no trabalho de Kohn. Ele aventa a hipótese de que aqueles turistas que voltam ao mesmo lugar, ano após ano, estão provavelmente desenvolvendo um sentido diferente de lugar e descobrindo o que isto preenche em suas experiências de férias. E ainda acrescenta que o exterior (no caso das viagens ao exterior) pode ser um lugar do qual os turistas se sentem parte, onde habitam e não apenas passam por ele. Neste contexto, sugere que a questão da reflexividade pode fornecer *insights* para a análise do “outro”.

Em geral, nós podemos perceber que a questão da recorrência das viagens no turismo é pouco explorada na literatura, pois impera a visão de que o turista sempre busca a novidade. Estes podem ser aspectos frutíferos para a análise sobre os turistas, possibilitando se pensar não apenas numa suposta “desorganização” do cotidiano da comunidade hospedeira. É possível também se perceber que a comunidade local aprecia alguns aspectos dos “encontros turísticos”, que não estão limitados a questões econômicas. Em nosso caso, em nossas visitas à praia, observamos donos de pousadas saudosos e contentes com o retorno de certos visitantes e estes, por sua vez, relatam algumas gentilezas de seus hospedeiros, ao voltarem ao local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em torno das questões destacadas, dentro dos limites deste artigo, buscamos instigar a reflexão sobre alguns pontos referentes aos estudos do turismo, na sua relação com as Ciências Sociais, em particular a forma como enxergamos o turismo e os turistas. Destacamos a noção de “encontros turísticos” e a necessidade de troca de olhares entre as diferentes áreas das Ciências Humanas. Também entendemos que os “encontros turísticos” podem abarcar os estudos do “*self*”, como possibilidade de pesquisa, onde o foco é o turista.

Em geral, estas abordagens estão associadas à questão da “reflexividade”, que está inserida na análise da modernidade, como em Giddens, por exemplo, e em visões mais “pós-modernas” sobre a sociedade contemporânea, embora não foi nosso objetivo debater sobre este tema. De qualquer modo, arriscamos pensar que os turistas refletem experiências da modernidade “tardia” (Giddens) permeadas de riscos, mas também pela busca do que é familiar, pois o “*self*” precisa de amparo, em algum “porto seguro”.

Encontrar o “*self*” no turismo também se constitui de encontros do pesquisador com diferentes possibilidades de pesquisa, assim como o turista que busca, através das suas experiências de viagem, um pouco do seu “eu”, que, não necessariamente, é encontrado no “exótico outro”. Nossa pesquisa nos dá alguns indícios desta natureza, mas não temos a intenção de demarcar questões definitivas e conclusivas a este respeito. Há muito que explorar ainda na investigação das práticas turísticas e seus reflexos sobre os sujeitos do turismo em suas múltiplas interações.

AGRADECIMENTO

Agradeço aos professores Héctor Leis e Carmen Rial, pela sábia orientação no período de Tese, à Márcia Calderipe Farias que compartilhou comigo reflexões, informações e idas à campo, na Barra da Lagoa/ Florianópolis (SC) e aos colegas que tive o privilégio de trabalhar no Curso de Turismo da UFJF, editores desta Revista, pelo gentil convite, Thiago Pimentel e Edwaldo dos Anjos Júnior.

REFERÊNCIAS

- ABRAM, S. et al. (Ed.). *Tourists and tourism: identifying with people and places*. Oxford, New York: Berg, 1997.
- ABRAM, S.; WALDREN, J. Introduction. In: ABRAM, S. et al. (Ed.). *Tourists and tourism: identifying with people and places*. Oxford, New York: Berg, 1997.
- BANDUCCI JR., Á.; BARRETO, M. (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.
- BARRETTO, M. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, C. et al. (Org.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papirus, 2000.
- _____. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p15-29, out. de 2003.
- BAUMAN, Z. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BRUNER, E. M. Transformation of the self in tourism. *Annals of Tourism Research*, vol.18, pp.238-250, 1991.
- COHEN, E. Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, Spring 1972.
- _____. Who is a tourist?: a conceptual clarification. *The Sociological Review*, November, 1974.
- _____. A phenomenology of tourist experiences. *The Journal of the British Sociological Association*, vol 13, number 2, May, 1979.
- CROUCH, D. et al. Tourist encounters. *Tourist studies*. London, Thousand Oaks and New Delhi, vol 1(3), 253-270, 2001.
- DEFORGES, L. Traveling the world: identity and travel biography. *Annals of Tourism Research*, vol.27, n°. 4, pp:926-945, 2000.
- FARIAS, M. R. C.; GUIMARÃES, V. M. De Desterro a Floripa: o turismo como um elemento de transformação da cidade de Florianópolis. *XI Congresso Brasileiro de Sociologia*, Campinas/SP, 01 a 05 de setembro de 2003a.
- _____. Teorias sociológicas contemporâneas e a dimensão do turismo como expressão sociocultural. *XI Congresso Brasileiro de Sociologia*, Campinas/SP, 01 a 05 de setembro de 2003b.
- _____. Uma reflexão sobre 'turismo' e pesquisa nas Ciências Sociais. *VI Congresso Internacional de Turismo da Rede Mercocidades*. Porto Alegre/RS, 12 a 15 de setembro de 2004.
- GALANI-MOUTAFI, V. A critical analysis of subjectivity. *Annals of Tourism Research*, vol.28, n°. 3, p. 808, 2001.
- _____. The self and the other: traveler, ethnographer, tourist. *Annals of Tourism Research*, vol.27, n°. 1, pp: 203-224, 2000.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- KOHN, T. Island involvement and the evolving tourist. In: ABRAM, S. et al. (ed.). *Tourists and tourism: identifying with people and places*. Oxford, New York: Berg, 1997.
- LEIS, H. R. Sobre o conceito de interdisciplinaridade. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*. Florianópolis, n°. 73, agosto, 2005.
- NASH, D. On travelers, ethnographers and tourists. In: *Annals of Tourism Research*, vol. 28, No.2, pp. 493-496, 2001.
- RIAL, C. S. Os charmes dos fast-foods e a globalização cultural. *Antropologia em Primeira Mão*. n° 7,

Florianópolis: UFSC, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 1995.

ROJEK, C.; URRY, J. Transformations of travel and theory. In: ROJEK, C.; URRY, J. (Ed.). *Touring cultures: transformations of travel and theory*. London: Routledge, 2000.

SCHMEIL, L. *Alquila-se una isla: turistas argentinos em Florianópolis*. Florianópolis. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1994.

SMITH, V. L. (Ed.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

SOUSA, A. A. *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Bosch, Casa Editorial, 1994.

URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel/ SESC, 1996.

Recebido em 29 de março de 2012.

Aprovado, em sua versão final, em 09 de abril de 2012.

Artigo convidado.