



# Turismo Patrimonial e Socioambiental

Giovanna Adriana Tavares Gomes  
(Organizadora)

**Atena**  
Editora  
Ano 2020



# Turismo Patrimonial e Socioambiental

Giovanna Adriana Tavares Gomes  
(Organizadora)

**Atena**  
Editora  
Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Diagramação:** Karine de Lima

**Edição de Arte:** Lorena Prestes

**Revisão:** Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília  
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza  
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar  
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo  
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco  
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
 Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados  
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá  
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
 Prof<sup>a</sup> Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo  
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

T938 Turismo patrimonial e socioambiental [recurso eletrônico] /  
 Organizadora Giovanna Adriana Tavares Gomes. – Ponta  
 Grossa, PR: Atena Editora, 2020.

Formato: PDF  
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
 Modo de acesso: World Wide Web  
 Inclui bibliografia  
 ISBN 978-85-7247-920-2  
 DOI 10.22533/at.ed.202201601

1. Ecoturismo. 2. Desenvolvimento sustentável. 3. Turismo –  
 Brasil. I. Gomes, Giovanna Adriana Tavares.

CDD 338.4791

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

Atena Editora  
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

O E-book promove reflexões por meio dos artigos acerca de questões epistemológicas do fenômeno do turismo contemporâneo considerando o turismo patrimonial e socioambiental como protagonistas destes estudos. O Fenômeno do turismo sempre foi tratado como típico da sociedade capitalista pós-revolução industrial e que apresenta interligações espaciais e territoriais transformadoras passíveis de análises. A atividade do turismo vem sofrendo significativas mudanças da forma como vem sendo construída e também de como vem sendo consumida por turistas. O perfil desse consumidor busca novas formas de vivenciar as experiências, de forma autônoma ou tradicional. A experiência cultural aliada a hospitalidade, economia criativa, sustentabilidade e uso de tecnologias tem imenso valor para esse “novo turista” denominado “híbrido”. Sua busca por experiências autênticas envolvendo a organização e planejamento das empresas que operam produtos com foco nos serviços de base local dos destinos turísticos visitados, faz com que agências de viagens, operadoras, agências emissivas ou agências receptoras se empenhem na organização e execução dessas experiências. Outro ponto significativo dentro deste contexto são os Sistemas de Informações Geográficas (SIG) considerados pelos turistas muito importante por possuírem ferramentas fundamentais no auxílio do planejamento e gestão da viagem, pois conectam turistas aos destinos de interesse georeferenciando os atrativos, auxiliando nas rotas, roteiros e mapas que podem ser acessados facilmente por inúmeras plataformas digitais. Ressalto ainda nesta publicação a importância de um olhar reflexivo, antropológico, sociológico, humanista, civilizatório e mais cuidadoso no que se refere as transformações, fenômenos sociais, patrimoniais, socioambientais, culturais e econômicos ocasionados pela prática da atividade turística em comunidades como: Kalunga Engenho II e Prudentópolis.

Giovanna Adriana Tavares Gomes

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A IMPORTÂNCIA DO SIG NA GESTÃO E PLANEJAMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS CULTURAIS	
Cristiane Alcântara de Jesus Santos	
Antonio Carlos Campos	
Larissa Prado Rodrigues	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2022016011</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA A DIVERSIDADE ECONÔMICA EM PRUDENTÓPOLIS, PARANÁ	
Patrícia Denkewicz	
Giuliano Torrieri Nigro	
Elieti Fátima de Goveia	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2022016012</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>23</b>
INCIDENCES FROM TOURISM AGENCIES ON TOURIST SPACE FLUIDITY	
Valdislene Silva dos Santos	
Lício Valério Lima Vieira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2022016013</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>35</b>
QUESTÕES EPISTEMOLÓGICAS: PARA UMA COMPREENSÃO DO TURISTA HÍBRIDO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2022016014</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>52</b>
TURISMO, CULTURA E MEIO AMBIENTE: INTERFACES COM A COMUNIDADE KALUNGA DO ENGENHO II	
Rosiene Francisco dos Santos	
Soraia Brito da Silva	
Giovanna Adriana Tavares Gomes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2022016015</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>67</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>68</b>

## QUESTÕES EPISTEMOLÓGICAS: PARA UMA COMPREENSÃO DO TURISTA HÍBRIDO

Data de submissão: 25/10/2019

Data de aceite: 08/01/2020

**Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama**

Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Departamento de Filosofia e Ciências Humanas -  
DFCH

Ilhéus - Bahia

Link para o Currículo Lattes:

[http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/  
visualizacv.do?id=K4709733J4](http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4709733J4)

**RESUMO:** O objeto de estudos é uma necessária demarcação epistemológica para o desenvolvimento de uma teoria social do turismo sob um enfoque sócio-histórico. Contextualizar o perfil de um turista contemporâneo é o nosso problema do conhecimento. Conceituamos turismo como um fenômeno social que se realiza com a viagem de turistas a lugares, expressão da era capitalista moderna que envolve a oferta de serviços econômicos de hospitalidade, cuja racionalidade impacta dimensões espaciais, ambientais, socioculturais, morais e políticas de países e comunidades hospedeiras. No plano teórico apontamos o recorrente e confuso uso inadequado dos termos turismo e Turismologia, para afirmarmos que está em curso uma transição de paradigmas em que turismo deixa

de ser definido e passa a ser conceituado como objeto de estudos construído de uma área de conhecimento científico. Em seguida fazemos a distinção dos termos deslocamento, viagem, turista e turismo, precisando e oferecendo significados como conceitos, assim como a distinção e associação dos conceitos de viajantes e peregrinos como os de hospitalidade e acolhimento. Para tal fim fizemos uso de uma variante idealista, materialista e histórica do método dialético, uma pesquisa teórica histórica-sociológica para contribuir com a Turismologia. Sociedade e turismo interagem e transformam-se dialeticamente. O século XXI, complexo contexto de superposição de modernidade e pós-modernidade engendra, no capitalismo tardio da revolução científica, tecnológica, organizacional e informacional, o turista híbrido, aquele que manipula sua identidade, quer como turista convencional no turismo de massa fordista, quer como um novo viajante com maior grau de autonomia e capital cultural no turismo flexível toyotista. Elevar o termo turista híbrido ao estatuto de conceito científico precisando-lhe um significado original, numa perspectiva histórica-sociológica, é o principal resultado de nossa investigação. Concluímos que a diversificação do principal personagem torna o fenômeno social turismo ainda mais complexo do ponto de vista sociológico, humanista e civilizatório.



**PALAVRAS-CHAVE:** Epistemologia; Sociologia; Turismologia; Turista Híbrido.

## EPISTEMOLOGICAL ISSUES: FOR AN UNDERSTANDING OF THE HYBRID TOURIST

**ABSTRACT:** The aim of studies is a necessary epistemological demarcation for the development of a social theory of tourism from a socio-historical perspective. Contextualizing the profile of a contemporary tourist is our knowledge problem. We conceptualize tourism as social phenomenon that takes place when tourists travel to places, an expression of the modern capitalist age that involves the provision economic hospitality services, whose rationality impacts the spatial, environmental, socio-cultural, moral and political dimensions of host countries and communities. At the theoretical level we point to the recurring and confusing misuse of tourism, to affirm that a paradigm transition is underway in which tourism is no longer defined and is conceptualized as an object of studies built from an area of scientific knowledge. Then we make the distinction of the terms travel, tourist and tourism, specifying and offering meanings as concepts, as well as the distinction and association of the concepts of travelers and pilgrims as those of hospitality and welcome. To this end we made use of an idealistic, materialistic and historical variant of the methodological, a historical-sociological theoretical research to contribute to Turismology in the study of its complex and multifaceted object of study. Society and tourism interact and change dialectically. The 21st century, a complex context of superimposition of modernity and postmodernity, engenders, in the late capitalism of the scientific technological, organizational and informational revolution, hybrid tourism, the one that manipulates its identity, whether as a conventional tourist in Fordist mass tourism, or as a new traveler with greater autonomy and capital in Fordist mass tourism, and as a new traveler with greater autonomy and cultural capital in flexible Toyotist tourism. Raising the term hybrid tourist to the status of scientific concept and giving it an original meaning, from a historical-sociological perspective, is the main result of our investigation.

**KEYWORDS:** Epistemology; Sociology; Turismology; Hybrid Tourist.

### 1 | INTRODUÇÃO

Temos como objeto de estudos uma necessária demarcação epistemológica para o desenvolvimento de uma teoria social do turismo sob um enfoque sócio-histórico. Contextualizar o perfil de um turista contemporâneo é o nosso problema do conhecimento. Conceituamos turismo como um fenômeno social que se realiza com a viagem de turistas a lugares, expressão da era capitalista moderna que envolve a oferta de serviços econômicos de hospitalidade, cuja racionalidade impacta dimensões espaciais, ambientais, socioculturais, morais e políticas de países e comunidades hospedeiras. O objetivo é contribuir para uma epistemologia da Turismologia.

Compreendemos epistemologia como a área da Filosofia que faz a ponte com a ciência. Trata dos fundamentos lógicos do conhecimento abstrato que busca atribuir

clareza, consistência e coerência a conceitos passíveis de verificações empíricas. Estes situam-se como elementos centrais e distintivos do conhecimento científico, ao mesmo tempo em que possuem um significado prático e aplicável ao nível do concreto. São pontos de partidas para a construções de teorias que demarcam, dão visibilidade e reconhecimento a um campo de investigações.

No plano teórico vamos apontar o recorrente e confuso uso inadequado dos termos turismo e Turismologia, para afirmamos que está em curso uma transição de paradigmas em que turismo deixa de ser definido e passa a ser conceituado como objeto de estudos construído de uma área de conhecimento científico. Em seguida fazer a distinção dos termos deslocamento, viagem, turista e turismo, precisando e oferecendo significados como conceitos, assim como a distinção e associação dos conceitos de viajantes e peregrinos como os de hospitalidade e acolhimento. Para tal fim buscaremos fazer uso de uma variante idealista, materialista e histórica do método dialético, uma pesquisa teórica histórica-sociológica visando contribuir com a Turismologia no estudo de seu complexo e multifacetado objeto de estudos. Nos resultados e discussão procuraremos enfatizar que sociedade e turismo interagem e transformam-se dialeticamente. O século XXI, complexo contexto de superposição de modernidade e pós-modernidade engendra, no capitalismo tardio da revolução científica, tecnológica, organizacional e informacional, o turista híbrido, aquele que manipula sua identidade, quer como turista convencional no turismo de massa fordista, quer como um novo viajante com maior grau de autonomia e capital cultural no turismo flexível toyotista. Elevar o termo turista híbrido ao estatuto de conceito científico precisando-lhe um significado original, numa perspectiva histórica-sociológica, é o principal resultado de nossa investigação. Em nossa conclusão teceremos algumas considerações sobre a importância da compreensão do conceito de turista híbrido e de uma teoria social do fenômeno enquanto fundamentos educativos para a qualificação dos profissionais da área.

## 2 | REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Turismo ou Turismologia?

Já foi dito que há tantas definições de turismo quanto os autores que se dedicam ao tema, daí a dificuldade do turismo em ser reconhecido como ciência. Esta é uma falsa questão. A ciência é a Turismologia, etimologicamente o estudo do turismo, ou seja, o turismo é o seu objeto de estudos. Isso implica em dizer que o turismo não existe em si e para si, mas que ele é construído, recortado, delimitado e problematizado enquanto questão do conhecimento por atores sociais concretos, com motivações, contextos, influências e objetivos distintos. Na esfera do mercado melhor conhecê-lo para mais empreender, no âmbito acadêmico a pesquisa e educação científicas, na atribuição reguladora do Estado a formulação de políticas públicas.

Historicamente, de início o fenômeno turismo se apresentou enquanto objeto de manipulação e gestão de empreendedores, enquanto broto do capitalismo, coisificado como mercadoria, racionalizado como objeto de gestão, planejamento e marketing. Durante muito tempo o turismo foi pensado apenas no interior da Administração de Empresas, que, enquanto ciência aplicada, trabalha com definições pretensamente objetivas, e não com conceitos, estes próprios das ciências humanas e sociais, pois trabalham com multiplicidade de seus significados. O turismo pouco a pouco foi procurando se emancipar enquanto um saber distintivo, mas, talvez por sua gênese histórica, o capitalismo industrial moderno e o empreendedor Thomas Cook como seu ícone, Economia, Administração e Contabilidade marcam e denotam o perfil das grades curriculares, em geral de caráter meramente como de serviços mercantis de hospitalidade e hotelaria.

Estamos em um novo milênio, os tempos estão mudando. Não seria o caso de se postular com ênfase e ousadia a terminologia adequada do saber científico social aplicado e a distinção de seu objeto de estudos, propondo a mudança na denominação de cursos de turismo para cursos superiores de Turismologia? Ao invés de meramente treinar profissionais para atuação num setor de serviços, por que não qualificar turismólogos para, além de operar na execução, refletir e problematizar a concepção do fenômeno?

## 2.2 Transição de Paradigmas

A magnitude como atividade econômica geradora de emprego, renda e divisas ainda faz com que a bibliografia da área seja hegemônica, rígida e simplesmente aplicada, com o turismo sendo apresentado coisificado, mero objeto manipulável para a obtenção de lucros.

Conceituamos turismo como um fenômeno social que se dá pelo deslocamento de pessoas a lugares, expressão da era industrial capitalista moderna que envolve a oferta de serviços econômicos de hospitalidade, cuja racionalidade impacta sociocultural e politicamente países e comunidades hospedeiras. Reconhecemos a dimensão econômica do turismo, mas rejeitamos o enfoque meramente economicista, positivista, e nos propomos a pensar o concreto, a manifestação aparente do fenômeno, colocando-o em suspensão para o seu trato ao nível do abstrato, em busca das estruturas profundas do seu processo de realização societária em constante mutação. Uma análise sociológica em uma perspectiva dialética, fortalecendo e contribuindo para a diversidade dos enfoques que tornam a Turismologia complexa, percebendo-a, também, como uma ciência social.

Afirmamos que no Brasil está em curso uma transição de paradigmas no interior da Turismologia. Partindo do grego, *paradeigma*, padrão, Thomas Khum (1996) compreende um paradigma científico como uma matriz disciplinar, de caráter histórico-social, que demarca e constitui um determinado ver formativo, um enfoque básico matricial de uma ciência ou mesmo a constituição de um novo campo do conhecimento,

uma revolução científica. No século XXI, vigorosamente, a intensidade da produção acadêmica, criação da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo e de vários cursos de mestrado e doutorado, bem como realizações periódicas de congressos internacionais de relevo, emprestou às investigações sobre turismo um significado plural e multifacetado, inter/multi/transdisciplinar, com a abertura de espaços para a Antropologia e a Sociologia evidenciando essa transição. Tais fatos, além da difusão e dos progressos de pesquisas sobre turismo no interior de diversas áreas do saber disciplinar, guarda uma relação íntima com o caráter dinâmico e diferenciado do fenômeno social turismo nesse início do novo milênio.

Trata-se, como sempre, de melhor estudar para melhor compreender. O uso dos produtos do conhecimento científico será consonante às relações sociais da sociedade envolvente que financia e os aplica enquanto meios de produção de serviços de hospitalidade e hotelaria. Mas são decisivos para a afirmação da cidadania e a radicalização da democracia., para a formulação de políticas públicas reguladoras da ação do capital. Bem como empoderar sociedades e comunidades hospedeiras que viabilizam as atividades econômicas seus lugares, preservando a identidade dos destinos turísticos. Promover um desenvolvimento sustentável do fenômeno social turismo.

A busca por novas alternativas frente à crise, ou transformação do paradigma hegemônico (mecanicista, fragmentário e disciplinar) se visibiliza de maneira mais evidente nas chamadas novas áreas do conhecimento, que surgiram como indicadoras dessa crise, como é o caso do turismo, da hospitalidade, do Desenvolvimento sustentável, da ecologia. (SIQUEIRA, 2005, p. 129)

Essa transição paradigmática está em curso, não concluída, mas é irreversível. Caso contrário, a dinâmica do real não será apreendida em sua complexidade, que exige uma perspectiva transdisciplinar e essencialmente humanística para sua compreensão profunda. Ao invés de definições, cabe a Turismologia emancipar-se e trabalhar com conceitos. As inúmeras tentativas de definir o objeto de estudos turismo arroladas por Barreto (1995), Ignarra, (1999), Lopes (1994) e Paiva (1995), dentre outros, passam então a serem compreendidas, naturalmente, como diversos significados conceituais que atribuem ao objeto diferentes dimensões e partem de matizes teóricas distintas. O mesmo acontece, por exemplos, com os inúmeros significados de cultura, sociedade e política, objetos de estudos que demarcam os campos da Antropologia, Sociologia e Ciência Política, respectivamente.

A Turismologia, enquanto ciência social aplicada, não necessita de paradigmas disciplinares, pois o seu caráter aplicado lhe confere reconhecimento social e com isso legitimidade científica. Ao mesmo tempo, uma vez legitimada enquanto pragmática, instrumental, operacional ao nível do real, contribui para legitimar as ciências fundamentais e os paradigmas constitutivos que se serve, como teorias, conceitos e categorias analíticas da Sociologia e Antropologia, dentre outras (FOUREZ, 1995).

## 2.3 Deslocamento, Viagem, Turista e Turismo

Há necessidade de distinção dos termos deslocamento, viagem, turista e turismo, precisando e operacionalizando alguns de seus significados como conceitos teóricos que possam ser úteis para o que nos propomos, o desenvolvimento de uma teoria social do turismo em uma perspectiva sócio-histórica.

O deslocar-se é inerente ao humano, trata da relação entre duas variáveis, tempo e espaço. Deslocando-se pelo bioma Terra, a partir de seu berço original, a África, o *homo sapiens* se desenvolveu, diferenciou-se, produziu cultura, sobreviveu enquanto espécie, multiplicou-se, povoou o planeta. Trata-se, portanto, de uma dimensão que se interiorizou ao longo das gerações ao nível do próprio inconsciente, enquanto elemento constitutivo, e, ao mesmo tempo, distintivo de outras espécies por sua generalidade e expansão.

Viajar implica em deslocar-se, mas uma viagem vai além de um mero deslocamento, uma vez não apenas carregada de um instinto inerente ao humano, mas plena de significados no plano simbólico sociocultural e histórico. Sociologicamente, poderíamos afirmar que enquanto o deslocamento nos remeteria ao plano do inconsciente coletivo, estrutural, a viagem se daria no imaginário simbólico, cultural, social.

O deslocar-se tem um caráter existencial e psicanalítico: à luz do que é estranho, diverso, reinterpreta-se o sujeito que se autodescobre no confronto com o outro, porque lhe permite traçar o limite e encontrar a diferença entre o que é interno e o que é externo, ou seja, o que sobra ou é próprio do outro e, exatamente, a dimensão do que falta no sujeito (LACAN, 1966). Nessa dimensão, a viagem é uma metáfora das fronteiras entre o subjetivo e o objetivo, entre o imaginário e o concreto, entre a realidade e a ficção; nessa metáfora, a viagem se desdobra, se multiplica e se ultrapassa em “viagens”, não necessariamente reais, mas ao nível do universo do imaginário simbólico (FERRARA, 2002).

Com o conceito de deslocamento podemos compreender o sentido das migrações humanas, tanto passadas como presentes, que sempre existiram e que guardam, no íntimo, uma relação direta com a busca da sobrevivência. Viajantes, movidos por significados culturais, dentre tantos, pela audácia, inquietações, em busca do novo, como também peregrinos, estes pela fé, crença, igualmente. Deslocamentos e viagens, portanto, são a-históricos, são categorias que expressam dimensões distintas do ser e o distingue, caracteriza-o.

Turista e turismo, por outro lado, não. É um equívoco perceber esse sujeito e o próprio fenômeno que o sucede como não contextualizados histórica e socialmente na afirmação do capitalismo industrial moderno, conjuntura da Europa Ocidental da Revolução Industrial (meados do século XVII - XVIII) e da Revolução Francesa (1789).

Buscar nas civilizações grega e romana o fenômeno turismo (PERROTET, 2005) é desconhecer seu caráter socialmente datado e torná-lo, de modo artificial

e/ou ideológico, a-histórico. Essas civilizações eram socialmente escravistas, e isso as caracterizam enquanto modo de produção. Uma vez findadas as bases sobre as quais se constituíram, escravos e escravas, desapareceram. Desenvolve-se a partir do fim do Império Romano o modo de produção feudal, baseado no trabalho servil e na economia de subsistência e, do século II ao XII, mil anos, a locomoção e as viagens vão se tornar limitadas principalmente pela questão da segurança (HUBERMAN, 1977). É possível a existência de atividades semelhantes ao que entendemos hoje como aspectos do turismo na Grécia e Roma antigas, mas dada a sua não persistência histórica e, principalmente, dado o fato da base econômica dessas sociedades não ser movida pelo lucro, trata-se apenas de oferta de serviços de hospitalidade a viajantes e de acolhimento a peregrinos.

O contexto histórico da Revolução Industrial e da Revolução Francesa é constitutivo do capitalismo e engendra o fenômeno social turismo.

Essa é a conjuntura política, social e econômica em que a burguesia industrial, que concentra, histórica e paulatinamente, os instrumentos e meios de produção do capitalismo fabril, toma-se hegemônica como a nova classe social dominante. A aristocracia ou oligarquia, classe social decadente ligada à nobreza e a renda fundiária, inicialmente na Inglaterra, berço do industrialismo, vai buscar distinguir-se dos novos ricos sem linhagem e títulos realizando viagens ao continente com um significado ideológico, a distinção social pelo usufruto sofisticado do ócio, o *The Tour*, termo desconhecido na Europa continental até o século XVIII. Essas viagens, que costumavam durar mais de um ano, eram destinadas principalmente aos jovens como coroamento de uma educação refinada, o que os tornam os precursores imediatos ou os primeiros “turistas”.

Acompanhados de seus preceptores, munidos de guias de viagens, eles faziam o *tour* da Europa Ocidental. Ocorre a invenção do “inútil”, ou do exercício da futilidade, do usufruto do ócio não como momento íntimo, mas de prestígio social. O espaço converte-se em atração, agrega-se valor a partir do olhar de uma elite estrangeira, uma viagem de elite e para a elite. A longa época da viagem aristocrática realizou uma transmissão do sentido e do sabor do deslocamento e do lazer em lugares “exóticos”. A imitação capilar atingiu pouco a pouco o conjunto das pessoas de alta renda e daquelas que tinham uma boa situação socioeconômica e que buscavam prestígio social (BOYER, 2003).

Sociologicamente o sujeito “turista” precede o fenômeno turismo que vai ter como ícone Thomas Cook no contexto da II Revolução Industrial ao final do século XIX. O taylorismo como método de gestão incrementa fortemente a produtividade e, ao mesmo tempo, a alienação do proletariado (BRAVERMAN, 1987). A demanda por serviços de viagens planejadas e orientadas viabilizou, histórica e economicamente, os empreendedores que moldaram o desejo de distinção social na lucrativa “indústria” do turismo. Assim, turistas e empresários, burgueses mercantis de serviços, se conjugam em um novo fenômeno social, o turismo, que, com o passar das décadas, vai ganhar

um caráter massificante. A alta lucratividade exigiu a sua normatização e às definições necessárias para quantificar e coisificar o fenômeno como uma atividade econômica. Este é o porquê da posterior definição de turista que o circunscreve restritamente a um intervalo de tempo preciso: aquele que se desloca por no mínimo vinte e quatro horas e no máximo por um ano fora do local de residência.

Turista, pois, sem “aspas”, é uma construção ontológica do capitalismo moderno.

## 2.4 Viajantes e Peregrinos, Hospitalidade e Acolhimento

No meio acadêmico é hegemônica a concepção de que o fenômeno nem sempre existiu e é fruto da era moderna (BARBOSA, 2002; BOYER, 2003; PANOSSO NETTO, 2013; YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2002). Vários autores referenciam-se exclusiva ou principalmente nas civilizações gregas e romanas como contextos mais notáveis precursores do turismo. Esta é uma tendência que se nota, em geral, não apenas na Turismologia, mas na própria História enquanto ciência. Um olhar étnico-geocêntrico ocidental como balizando o seu ver formativo, o seu viés de referência para pensar a relação espaço / tempo / sociedade.

O paradigma antropocêntrico da modernidade tem como pilares o empirismo de Bacon e o racionalismo de Descartes nos séculos XVI-XVII. Contextualizado no capitalismo comercial e no processo da acumulação primitiva do capital, rompe com o dogma e a fé como pontos de partida do conhecimento do homem e do universo do paradigma teocêntrico, estabelecendo as bases da ciência na empiria e na razão. O fundamentalismo católico medieval caracteriza ideologicamente o modo de produção feudal, em decadência desde o século XII com o fim das relações de servidão e o surgimento dos burgos, e tem o seu clímax no século XV com o ressurgimento das cidades e de novas rotas comerciais. Período conhecido também mercantilismo no plano econômico e Renascimento no pensamento, caracterizou-se por um resgate da Filosofia grega e do Direito romano, cujos expoentes, em geral, eram financiados pelos mecenas, a burguesia mercantil citadina, a nova classe social em ascensão. Ocorreu o desenvolvimento de várias ramificações de conhecimento, as ciências disciplinares, separadas da Filosofia. Suas aplicações, principalmente da Física e Química, ao processo produtivo industrial que se ampliava, viabilizado, de um lado, pela acumulação primitiva de capital oriundo das colônias, e, de outro, pelo fechamento das terras e o surgimento do trabalhador “livre”, o proletário, fez vingar a Revolução Industrial cerca de dois a três séculos depois, na Europa ocidental, inicialmente na Inglaterra.

No século XIX os países europeus industriais distinguem-se do restante das nações pelo seu desenvolvimento tecnológico aplicado à arte da guerra, com o imperialismo inglês hegemônico nesse contexto. Importa registrar que, no âmbito do turismo enquanto fenômeno social em processo de escala global, Thomas Cook se servirá da infraestrutura de transporte e logística do império britânico para fazer

expandir os seus negócios. A história mundial e dos povos passa a ser narrada pelo olhar dos colonizadores.

O que sabemos de viajantes e peregrinos de civilizações milenares orientais que se mantêm, como a chinesa, hindu e árabe, não nos referirmos a civilizações ameríndias extintas ou aniquiladas, como a maia, asteca e inca, a partir da historiografia ocidental?

Trabalhar, no âmbito da Turismologia e Hotelaria, com ênfase no enfoque antropológico dos conceitos de hospitalidade e acolhimento, como de viajantes e peregrinos, no sentido sociológico, é realizar a demarcação epistemológica pertinente aos seus objetos de estudos, buscando pela compreensão de seus fundamentos aos níveis da universalidade e ancestralidade.

Sujeitos sociais viajantes e peregrinos são a-históricos, comportam traços culturais que nos distinguem, uma vez os únicos animais que produzem cultura, uma forma de conhecimento do ser e do mundo que transmitimos às novas gerações por meio da linguagem e nos permitiu o domínio da natureza, ao contrário das demais espécies que são movidas apenas por instintos. Esses atores sociais, semelhantes, mas distintos, ancoram-se nos atributos culturais da hospitalidade e do acolhimento, respectivamente, num sentido analítico.

O conceito de hospitalidade torna-se compreensível a partir do texto “A Dádiva” do antropólogo Marcel Mauss (2003), que estudando sociedades tecnologicamente primitivas concluiu pelo significado de um contrato social, em que está implícita a ideia de reciprocidade que torna as relações societárias possíveis e estáveis. Em outras palavras, a noção de hospitalidade estrutura a sociedade, é o âmago das relações sociais. A ideia de acolhimento, como um conceito distintivo, tem sido trabalhada mais recentemente (FIGUEIREDO, 2017) e não implica necessariamente no sentido da troca, mas no sentimento de doar como completude, do ponto de vista psicossociológico.

Um peregrino é um viajante, uma vez que conceituamos viagem como um deslocamento que ocorre a partir de significados no plano do imaginário simbólico, ou seja, em atributos culturais do sujeito que atribui valores a signos e representações. Mas nem todo viajante é um peregrino, pois este se distingue por ser movido essencialmente por fé ou crença. Historicamente, enquanto a hospitalidade viabilizou as viagens, o acolhimento tem um sentido de pertencimento, ainda que não exclusivo, aos peregrinos. Quem acolhe e ao mesmo tempo não pressupõe nada em troca o faz por um sentido de identidade, em algum plano, com o acolhido. Esse sentimento tornou possível, por exemplos, as peregrinações na Idade Média feudal, quando viagens, com outros significados, praticamente deixaram de existir no mundo europeu, enquanto peregrinos à Terra Santa eram acolhidos por cristãos e em mosteiros.



### 3 | METODOLOGIA

A raiz etimológica do termo “método” significa caminho ou percurso. Trata-se, aqui, de explicitar a trajetória empreendida na investigação científica e filosófica. Fizemos uso de uma variante do método dialético, que trabalha ao nível do pensamento abstrato para colocar o concreto em suspensão, decodificá-lo, desmitificá-lo, compreendê-lo à luz do processo histórico e na dimensão da totalidade sociocultural em que sua essência pode ser inserida e revelada.

Toda ciência seria supérflua se a aparência e a essência das coisas se confundissem (MARX, 1968). Esta é a concepção de realidade da tese da dialética da totalidade concreta de Kosik (1976), que fizemos uso na presente pesquisa teórica, histórica e essencialmente antropossociológica.

“Captar o fenômeno de determinada coisa significa indagar e descrever como a coisa em si se manifesta naquele fenômeno, e como ao mesmo tempo nele se esconde. Compreender o fenômeno é *atingir* a essência” (KOSIK, 1976, p. 12). O método dialético de decomposição do todo é análogo ao processo de conhecimento, “o conhecimento é que é a própria dialética em uma de suas formas” (KOSIK, 1976, p. 14). O “horizonte” de uma realidade indeterminada como todo constitui o pano de fundo inevitável de cada ação e cada pensamento, embora ele seja inconsciente para a consciência ingênua, “A representação da coisa não constitui uma qualidade natural da coisa e da realidade: é a projeção, na consciência do sujeito, de determinadas condições históricas *petrificadas*” (KOSIK, 1976, p. 15).

Estas premissas são necessárias para a crítica do viés positivista que coisifica o fenômeno turismo como algo em si e para si. Portanto, a necessidade da destruição da pseudoconcreticidade, que o pensamento dialético tem que efetuar, “não nega a existência ou a objetividade daqueles fenômenos, mas destrói a sua pretensa independência, demonstrando o seu caráter mediato e apresentando [...] prova do seu caráter derivado” (KOSIK, 1976, p. 16). A dialética é o método da reprodução espiritual e intelectual da realidade ou o método do desenvolvimento e da explicitação dos fenômenos culturais partindo da atividade objetiva do homem histórico, como viajantes e turistas.

“Conhecer a substância não significa reduzir os ‘fenômenos’ à substância dinamizada [...] a algo que se esconde por detrás dos fenômenos e que deles não depende; significa conhecer as leis do movimento da coisa em si” (KOSIK, 1976, p. 27). Desse modo, “O caminho entre a ‘caótica representação do todo’ e a ‘rica totalidade da multiplicidade das determinações e das relações’ coincide com a compreensão da realidade” (KOSIK, 1976, pp. 29-30).

O progresso da abstratividade à concreticidade é, por conseguinte, em geral movimento da parte para o todo e do todo para a parte; do fenômeno para a essência e da essência para o fenômeno; da totalidade para a contradição e da contradição para a totalidade; do objeto para o sujeito e do sujeito para o objeto. (KOSIK, 1976, p. 30)

Em outras palavras, o processo do abstrato ao concreto – como concreto pensado – é o método materialista do conhecimento da realidade, a dialética da realidade concreta, na qual se reproduz idealmente a realidade em todos os seus planos e dimensões, em movimento. Assim afirmamos a nossa hipótese de pesquisa e sustentamos a tese do turismo como um fenômeno social datado. Como integrante de um processo histórico em constante movimento que se realiza pela tensão e contradição de essência e totalidade do fenômeno e pela ação de sujeitos sociais. Esse movimento ou processo dialético, ao mesmo tempo em que (re)configura o fenômeno, transforma-o, constitui-se em dinamismo, modifica e age sobre as relações sociais envolventes. Sociedade e turismo, pois, transformam-se e interagem.

“O concreto, a totalidade, não são [...] todos os fatos, o conjunto dos fatos, o agrupamento de todos os aspectos, coisas e relações, visto que a tal agrupamento ainda falta o essencial: a totalidade e a concreticidade” (KOSIK, 1976, p. 36). Isto porque “os fatos isolados são abstrações, são momentos artificialmente separados do todo, os quais só quando inseridos no todo correspondente adquirem verdade e concreticidade” (KOSIK, 1976, p. 41).

A dialética da totalidade concreta baseia-se na compreensão da importância do homem como sujeito da práxis histórico-objetiva da humanidade, daí o seu caráter idealista pois não remete à noção de classe social, presente no materialismo histórico e no materialismo dialético de Marx, pois “A realidade social não é conhecida como totalidade concreta se o homem . . . é considerado apenas e sobretudo como objeto e na práxis histórico-objetiva da humanidade não se reconhece a importância . . . do homem como *sujeito*” (KOSIK, 1976, p. 44). Turistas podem ser percebidos e agir como objetos da “indústria” do turismo, mas também concebidos como sujeitos, um tipo novo de viajantes que são decisivos para pautar facetas do fenômeno na contemporaneidade.

Em síntese fizemos uso da dialética de Karel Kosik nos seguintes procedimentos metodológicos ao nível do pensamento abstrato em sua correlação com o mundo empírico sensitivo:

A totalidade concreta como concepção dialético-materialista do conhecimento do real [...] significa [...] um processo indivisível, cujos momentos são: a destruição da pseudoconcreticidade, isto é, da fetichista e aparente objetividade do fenômeno, e o conhecimento da sua autêntica objetividade [...] conhecimento do caráter histórico do fenômeno, no qual se manifesta de modo característico a dialética do individual e o humano em geral; e enfim o conhecimento do conteúdo objetivo e do significado do fenômeno, da sua função objetiva e do lugar histórico que ele ocupa no seio do corpo social. (KOSIK, 1976, pp. 51-52)

## 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o direito de férias sendo paulatinamente conquistado pelo proletariado dos países centrais do sistema capitalista e a ampliação do tempo livre para segmentos sociais intermediários, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, o mundo assiste ao advento do turismo de massa. Os turistas dos países vencedores são acompanhados pela difusão do americanismo, seus valores, estilos de vida e suas expectativas de consumo, dentre outras características marcantes e impactantes. Não apenas no plano econômico, mas inclusive nas dimensões socioculturais e ambientais, o que vai colocar, paulatinamente, em questão a ideia da sustentabilidade dos destinos turísticos.

Nesse contexto histórico o turismo de massas tem uma feição organizacional fordista, típica do capitalismo fabril do século XX. A linha de produção em massa que Henry Ford inaugura, barateando o bem de consumo mais desejado, o veículo automotor, baseia-se numa organização do trabalho rígida e padronizada, produtivista em série. Interessante notar que o carro, ao mesmo tempo em que impulsiona a indústria fabril, constitui-se numa revolução nos transportes e na locomoção. Impulsiona sobremaneira o desenvolvimento do fenômeno social turismo, das viagens e da gama de serviços econômicos e de uma hospitalidade racionalizada (KRIPPENDORF, 1989) com objetivos de incremento de lucros, o que levou a esse setor de serviços ser denominada como “indústria”.

Turismo fordista uma vez que incorpora novos consumidores via a oferta padronizada de pacotes turísticos em que o turista assume um comportamento passivo. Sistemas midiáticos de *marketing* vão oferecer destinos que vão ao encontro do inconsciente coletivo de necessidade de locomoção, como ao imaginário simbólico construído ideologicamente pela indústria cultural da sociedade de consumo. Tempo converte-se em mercadoria, cada roteiro a ser oferecido é minuciosamente planejado e calculado cronologicamente. Quanto mais se ver mais valor se agrega à mercadoria turismo, fenômeno social fetichizado pelo capitalismo moderno como uma coisa a ser comprada, consumida. O turista é tratado como uma criança indefesa pelos guias, possuindo muito pouca autonomia enquanto sujeito, uma vez que sua identidade passa ser a do grupo, que é escoltado, vigiado, protegido e, por vezes, advertido.

Esse padrão, ao baratear os preços das viagens, vai tornar o turismo possível a milhões de pessoas mundo afora. A “indústria” que o viabiliza em sua expansão global é concentrada em poucos oligopólios, cadeias internacionais gigantescas em que hotéis, companhias aéreas, agências de viagens, operadoras, *rent the cars*, seguradoras etc., mesclam-se, fundem-se, articulam-se e dominam o mercado como empresas capitalistas multinacionais.

As últimas duas décadas do século XX vão demarcar o início de um novo bloco histórico, cujas características fundamentais se intensificam no atual milênio. A revolução científica, tecnológica, organizacional e informacional, que antecipa e

acompanha essa totalidade faz emergir o mundo da internet, das empresas virtuais e redes sociais, em que conceitos como tempo, espaço e território são ressignificados, colocados em suspensão.

Ao mesmo tempo em que se apregoa o fim da História e das ideologias na chamada pós modernidade, também o trabalho é alvejado, seja de fato com sua desregulamentação e fragmentação ao nível objetivo das relações trabalhistas, seja ao nível da subjetividade, questionado teoricamente como essência para análise da realidade social. O ócio, lazer e a expansão do tempo livre do trabalhador na dita sociedade pós-industrial (TRIGO, 1998) o redimiriam do trabalho como fardo (DE MASI, 2000). Seria uma tendência inexorável graças ao triunfo do imperialismo e da civilização capitalista após a queda do muro de Berlim que deu início ao do fim do socialismo real.

Isso explica o entusiasmo do mercado pela intensificação da racionalidade da hospitalidade, em que o original dom da dádiva que acolhia os antigos viajantes se converte, de forma explícita, insípida e incolor, em troca mercantil, serviços por dinheiro, lucros. Engrenagem da acumulação capitalista que racionaliza “recursos humanos” e vende a alma de lugares em sistemas midiáticos que desenvolvem, intermitentemente, sua complexidade em busca do imaginário dos potenciais turistas e/ou dos novos viajantes.

Ao lado de uma organização fordista do trabalho vai surgir o toyotismo, um método de gestão e organização de linhas de produção flexíveis, centradas no conceito de controle de qualidade total para atender as novas demandas de consumidores. Ao mesmo tempo em que temos um turismo fordista, vai surgir um turismo flexível ou toyotista para atender um novo tipo de demanda, um turista de novo perfil.

Na pós-modernidade, enquanto lógica cultural do capitalismo tardio (JAMESON, 1986), a infraestrutura econômica e a superestrutura ideológica da sociedade formam um amálgama. O hedonismo imaginativo, fruto do inconsciente coletivo que incita ao deslocamento, da ideologia do consumo que a indústria cultural capitalista intensifica, do imaginário simbólico que agora se constitui da necessidade de diferenciação e da afirmação do individualismo, a compulsão coletiva do “eu” sobre o “nós”, encontra anteparo no turismo flexível, no vasto leque de diversificações mercadológicas que oferece para o usufruto e o lucro do ócio e do tempo livre.

A revolução científica, tecnológica, organizacional e informacional, o mundo virtual, a educação digital, a globalização econômica neoliberal, a transfiguração tempo/espaço que caracteriza culturalmente a pós-modernidade, faz brotar novas contradições e sujeitos sociais, dentre eles, o turista e sua identidade híbrida, o novo viajante.

Esse novo viajante ou turista híbrido se caracteriza, enquanto ator pós-moderno e sujeito social, por cambiar sua identidade enquanto turista-viajante. Pode optar por objeto passivo do turismo fordista – marketing de destinos e roteiros, agências de turismo, pacotes de viagem, locomoção, traslados, hospedagens, guias, conforto,

segurança, segregação, proteção, preço e condições de pagamentos. Mas pode preferir ser sujeito ativo da viagem, com alto ou maior grau de autonomia, pesquisando na internet, redes sociais, agências virtuais, destinos alternativos, fazendo seu próprio roteiro e sua logística, potencializando o uso de aplicativos de *smartphones*, convivendo com o povo visitado, hospedando-se em suas residências, resgatando o conceito de acolhimento, como no chamado turismo iluminista (PAVAM, 2015), um segmento do turismo flexível toyotista, que mescla o conhecimento à experiência, por exemplo.

Trata-se, portanto, de uma nova estética, prazer e nova ética quanto ao ato de viajar, se deslocar e voltar, o que faz com que esse novo viajante não deixe de ser um turista, mas híbrido. Vai fazer uso ou não dos serviços do turismo convencional como, quando e se lhe convir, como alternativa. É dotado de maior autonomia. Enquanto sujeito social, seu diferencial será o alto grau de informação, utilização de recursos tecnológicos também portáteis, e, principalmente, o conhecimento do ser e do mundo que seu capital cultural aufere (BOURDIEU, 2000).

Não podemos reduzir o desenvolvimento do fenômeno social turismo a uma simples cronologia das legislações de férias, ou descrevê-lo como uma marcha inevitável rumo ao advento da sociedade do tempo livre, da “sociedade do lazer” (DUMAZEDIER, 1962; CORBIN, 1995). A história do turismo apresenta-se como um pêndulo diante da dinâmica das relações sociais no mundo do trabalho e do capital. De um lado, a civilização tradicional em que o turismo não existe e, de outro lado, a sociedade “pós-industrial” que é qualificada, certas vezes, como “civilização do lazer”; entre as duas, o contexto da segunda revolução industrial em meados do século XIX quando a duração do trabalho foi máxima e, ao mesmo tempo, os ricos ociosos eram frequentemente turistas.

Uma perspectiva sócio-histórica deve apreender duas dimensões do fenômeno social turismo aparentemente distintas: a história das viagens da minoria proprietária desocupada das classes dominantes, e as do proletariado e de segmentos intermediários de trabalhadores que não têm controle sobre o seu tempo. Confluíram-se para fazer o turismo de massa contemporâneo, seja fordista e/ou toyotista: a prática e a invenção elitista e as conquistas trabalhistas que produziram o tempo livre, a partir do tempo social. A sua junção exigiu a indignação da população diante da monopolização pelos ricos geralmente ociosos dos locais de turismo. Isto aconteceu, principalmente, no período entre Guerras do século XX. A partir daí a diminuição da duração do trabalho é muito nítida, atingindo às vezes a duração da jornada diária, outras vezes o prolongamento do fim de semana, das férias remuneradas ou o advento e disseminação do direito à aposentadoria (BOYER, 2003).

Após a crise internacional do petróleo de 1973 e dados os efeitos sociais perversos do neoliberalismo econômico global a partir do final do século XX, de certo modo esgota-se a política do Estado de Bem-Estar Social. Reverte-se a tendência da diminuição da duração do trabalho, ao contrário, sua desregulamentação e fragmentação intensifica a exploração capitalista e marginaliza amplas camadas da

população, os não incluídos, os desnecessários.

Ainda assim o fenômeno social turismo, seja fordista e/ou toyotista, é uma prática e um consumo de massa, e revela, como um espelho fosco, a estratificação social e as estruturas de poder das sociedades envolvidas, tanto emissoras como receptoras dos turistas, sejam estes híbridos ou não.

## 5 | CONCLUSÃO

Essa crescente diversificação do principal personagem torna o fenômeno social turismo ainda mais complexo do ponto de vista sociológico, humanista e civilizatório. À medida em que amplos segmentos da população mundial vão sendo incorporados ao turismo de massa, em formas diversificadas, os desafios para os destinos turísticos se multiplicam de modo exponencial. A turistificação tem provocado turismofobia e mesmo motivado a ocorrência de movimentos sociais contestatórios, ainda que o usufruto do ócio e do tempo livre em deslocamentos temporários e curtos de idas e vindas continue excluído aos 7/8 da população do planeta.

Entendemos que para a compreensão de um turismo flexível ou toyotista as questões epistemológicas aqui delineadas contribuem enquanto fundamentos educativos para a qualificação dos profissionais da área. Ao buscar o aporte das ciências sociais, humaniza-se a Turismologia para pensar o turista enquanto ator, sujeito social de suas escolhas, capacitando turismólogos como mais do que operadores/executores de um setor de serviços em suas relações com seus clientes, mas como potenciais consultores, inclusive na condição de profissionais autônomos, de turistas-viajantes, o turista híbrido, o novo viajante.

É imperativo afirmar a Turismologia como um conhecimento científico constituído e que vai apresentando, em seu interior, um processo histórico de transição paradigmática. Seu objeto de estudos, o turismo, deixa de ser definido e passa a ser conceituado, daí a necessidade de explicitarmos os significados das categorias analíticas que fazemos uso para a análise do real. Essa é a intenção fundamental do presente ensaio, contribuir para os fundamentos e o sentido dessa ciência que, além de aplicada, é social.

Ao emprestar alguns significados aos conceitos arrolados como sendo algumas questões epistemológicas que entendemos estruturantes para um contínuo desenvolvimento de uma teoria social do turismo, não temos a pretensão de buscar a unanimidade das distintas percepções que se debruçam no estudo do fenômeno e seus sujeitos e objetos, viajantes e turistas. Tão somente enfatizar que, como regra para a construção de teorias científicas, conceitos e categorias analíticas, em nome dos critérios internos da ciência - clareza, coerência e consistência - necessitam serem precisados, demarcados, fundamentados, para compreendidos, dialogados, questionados, rebatidos, refutados ou desenvolvidos.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Y. M. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 7a ed. Campinas: Papyrus, 1995.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 3a ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 2000.
- BOYER, M. **História do turismo de massa**. Bauru: EDUSC, 2003.
- BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista: A degradação do trabalho no século XX**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- CORBIN, A. **L'avènement del loisirs, 1850-1960**. Paris: Aubier, 1995.
- DE MASI, D. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- DUMAZEDIER, J. **Vers une civilization du loisir?** Paris: Seuil, 1962.
- FERRARA, L. D'A. O turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁZIGI, E., CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Orgs.). **Turismo: Espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 2002.
- FIGUEIREDO, A. F. A. de. A casa e o acolhimento como ação descolonial. In: BRUSADIN, L. B. (Org.). **Hospitalidade e dádiva: A alma dos lugares e a cultura do acolhimento**. Curitiba: Editora Prismas, 2017.
- FOUREZ, G. **A construção das ciências: Introdução à filosofia e à ética das ciências**. São Paulo: UNESP, 1995.
- HUBERMAN, L. **História da riqueza do homem**. 21a ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1986.
- KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. 4a ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.
- KOSIK, K. **Dialética do concreto**. 2a ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LACAN, J. **Écrits**. Vol. I. Paris: Seuil, 1966.
- LOPES, A. R. **O abc do turismo: noções básicas**. Brasília: A. R. Lopes, 1994.
- MARX, K. **O capital**. Vol. III. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. (Obra original publicada em 1925).
- PAIVA, M. G. M. **Sociologia do turismo**. 3a ed. Campinas: Papyrus, 1995.
- PAVAM, R. A viagem ideológica. **Carta Capital**, pp. 46-47. 19/agosto. 2015.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. 2a ed. São Paulo, Brasiliense, 2013.

PERROTTET, T. **Férias pagãs**: Na trilha dos antigos turistas romanos. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

SIQUEIRA, D. **História social do turismo**. Rio de Janeiro: Garamound, 2005.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: Papyrus, 1998.

YASOSHIMA, J. R.; OLIVEIRA, N. S. Antecedentes das viagens e do turismo. In: REJOWSKI, M. (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.



## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**Giovanna Adriana Tavares Gomes:** Doutorado em Performances Culturais pela UFG em andamento / 2019 - 2022, Mestrado Acadêmico na área das Ciências Sociais Aplicadas em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI - SC (2007-2010) / CONCEITO CAPES 5 – Foco: Planejamento Participativo e desenvolvimento de base local, Especialista em Gestão em Turismo e Hotelaria pela Faculdade Lions - GO (2004-2005), Bacharel em Turismo pela Faculdade Cambury - GO (2003), MBA Executivo em Coaching, (2018) na Faculdade Cândido Mendes. cursando atualmente: Especialização em Administração do Setor Público, Especialização em Administração em Marketing de Serviços e Social e MBA em Gestão de Projetos (previsão de término dezembro 2019 - Faculdade Faveni). Atua na área de Pesquisa aplicada como pesquisadora em diversas áreas do mercado: Turismo, hotelaria, eventos, pesquisa censitária, gestão comercial e de negócios, sendo atualmente Professora Universitária na Faculdade Cambury nos cursos de Eventos e Gestão Comercial e na Coordenação Geral do evento institucional Círculo do Conhecimento desde 2015. Membro da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. É servidora pública do Estado de Goiás na Área Técnica da Agência Estadual de Turismo - GOIÁS TURISMO - Coordenadora do OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS. Presidente da ABBTUR - GO / Associação Brasileira de Turismólogos(as) e Profissionais de Turismo - Seccional Goiás. Atuou como: Professora do MBA em Promoção e Gestão de Eventos na disciplina: Planejamento e Coordenação de Eventos e Orientação de TCC pelo IESB – Instituto de Educação Superior de Brasília, Professora no IF Goiano - EAD no curso de Eventos, Professora na Faculdade Lions de (2013 a 2016) nos cursos de Turismo, Hotelaria e Administração; Faculdade de Tecnologia SENAC – Goiás (De 2007 a 2014) na Elaboração de projetos, coordenação e docência na Pós Graduação em Gestão de Empreendimentos Turísticos e Eventos e no Curso superior de Gestão de Turismo (ênfase em eventos) e somente como docente nos cursos de: Gestão Comercial, Gestão Ambiental, Gestão da Tecnologia da Informação e Produção Multimídia. Possui vasta experiência em disciplinas nas áreas de gestão (Planejamento Estratégico e Empreendedorismo), eventos, turismo, hotelaria, pesquisa, metodologia e atividades de campo/visitas técnicas. Consultora da ONG Araucária - Organização Pró-Desenvolvimento Integrado Sustentável desde 2010, cuja atuação é na área de planejamento e desenvolvimento em turismo, com experiência em elaboração e execução de projetos para MTur, Governo do Estado de Santa Catarina, Prefeituras Municipais e setor privado. Consultora da PDCA desde 2013 - Assessoria e Treinamento: Turismo, Hospitalidade e Eventos.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agências de turismo 24, 33

### C

Cultura 11, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 33, 39, 40, 43, 50, 52, 55, 59, 64, 65, 66

### D

Destinos Turísticos 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 24, 39, 46, 49

### E

Economia Criativa 13, 14, 16, 17, 21, 22

Epistemologia 36

Epistemology 36

### F

Fluidez do espaço turístico 24

### G

Gestão 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 33, 38, 41, 47, 52, 57, 67

### H

Hybrid Tourist 36

### P

Patrimônio Cultural 1, 2, 7, 22, 52, 65

Pêssenska 13, 14, 19, 20, 21

Planejamento 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 22, 38, 53, 55, 59, 65, 66, 67

### S

SIG 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12

Sociologia 11, 36, 39, 50

Sociology 36

### T

Tourism agencies 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32

Tourist space fluidity 23, 25, 29, 32

Turismo 1, 2, 3, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 24, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67

Turismologia 35, 36, 37, 38, 39, 42, 43, 49

Turismology 36

Turista Híbrido 35, 36, 37, 47, 49

