

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Ianca Bertante Camara

**O TURISMO COMO FOMENTADOR SOCIAL: A INTERCULTURALIDADE NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E A
PERSPECTIVA DO TURISTA- VIAJANTE.**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).

Orientadora: Prof.^a Luciana Bittencourt Villela

Juiz de Fora
2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **IANCA BERTANTE CAMARA**, acadêmica do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculada sob o número 201473117A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **O TURISMO COMO FOMENTADOR SOCIAL: A INTERCULTURALIDADE NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA A PERSPECTIVA DO TURISTA VIAJANTE**, desenvolvido durante o período de 19 de setembro de 2016 a 21 de janeiro de 2017 sob a orientação de LUCIANA BITTENCOURT VILLELA, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 03 de fevereiro de 2017.

IANCA BERTANTE CAMARA

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

O TURISMO COMO FOMENTADOR SOCIAL: A INTERCULTURALIDADE NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E A PERSPECTIVA DO TURISTA- VIAJANTE.

TOURISM AS A SOCIAL FELLOW: INTERCULTURALITY IN THE TOURIST EXPERIENCE AND THE PERSISTENCE OF THE TRAVELER-TRAVELER.

Ianca Bertante Camara¹

RESUMO

A expansão da atividade turística nos últimos séculos impulsionou novos conhecimentos, perspectivas e formas de se planejar a oferta do turismo em suas várias esferas, de modo considerar todos os atores envolvidos. Nesse sentido, este trabalho busca refletir sobre a experiência vivenciada pelos viajantes, a qual é incorporado um valor simbólico associado à dimensão social, cultural e econômica da atividade. Por conseguinte, o olhar do viajante está intrinsecamente relacionado a todo esse processo associado à contemporaneidade. O presente trabalho pretende contribuir para uma reflexão e discussão sobre a experiência turística como fomentadora de desenvolvimento social a partir do processo de construção social com ênfase no olhar do viajante. Sendo assim, o objetivo geral deste trabalho é analisar a viagem como contribuição do potencial transformador do sujeito a partir do contato e da troca cultural com diferentes comunidades. Para alcançar tal objetivo, este trabalho partiu de uma breve contextualização para então discutir a evolução das necessidades a partir da perspectiva turística, o conceito de experiência, a relevância da experiência turística, o olhar do turista-viajante e o autóctone a interação intercultural.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Experiência; Sujeito; Interação Intercultural, Encontro; Dimensão Social.

ABSTRACT

The expansion of tourism activity in recent centuries has boosted new knowledge, perspectives and ways of planning a tourism offer in its various spheres, in order to consider all the actors involved. In this sense, this work seeks to reflect on an experience experienced by travelers, one of which is incorporated a symbolic value associated with the social, cultural and economic dimension of the activity. Consequently, the traveler's gaze is inextricably linked to this whole process associated with contemporaneity. The present work intends to contribute to a reflection and discussion about a tourism experience as a promoter of social development from the social construction process with emphasis on the traveler 's gaze. Thus, the general objective of this work is to analyze a journey as a contribution of the transforming potential of the subject through contact and cultural exchange with different communities. For this purpose, the work of a traveling class and an autochthonous intercultural interaction.

KEYWORDS

Tourism; Experience; Subject; Intercultural Interaction, Encounter; Social Dimension.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por finalidade refletir sobre a experiência turística dialogando com a perspectiva do turista em um processo de construção social, assim como dar ênfase ao olhar do viajante mediante a busca por uma experiência que lhe permita a convivência e a troca de saberes. Desse modo, pretende-se subsidiar uma discussão sobre o fato de que a viagem contribui como um potencial transformador do sujeito a partir do contato e a troca com diferentes comunidades e culturas.

A escolha dessa temática surgiu a partir de uma viagem de campo à cidade de Diamantina, em uma disciplina chamada Formação Territorial do Brasil do curso Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas cujo âmago se deu com a discussão do território associando-o ao âmbito da materialidade e essencialmente ao conjunto de toda a imaterialidade envolvida, como as apropriações culturais, religiosas e de relações sociais existentes. Assim, durante o trabalho de campo foi promovido o seguinte questionamento: se "o conhecimento sobre o território é para se fazer a guerra, com nosso conhecimento, qual guerra queremos fazer?" Esse conjunto referencial proporcionou o levantamento de questões de investigação no decorrer da pesquisa. Poderá

¹Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: ianca.bertante@yahoo.com.br. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora: Prof. Luciana Bittencourt Villela.

o turismo ser compreendido como força transformadora do sujeito? As pessoas, de fato, investem em viagem para o desenvolvimento enquanto sujeito? Como aponta Krippendorf (2009), poderá a viagem contribuir para um processo de aprendizado ao ter contato com o outro e tomar consciência da própria realidade e a tomada de consciência para a existência de distintas realidades? É preciso, deste modo, haver condições mínimas para que esse sujeito se transforme?

Posto isto, o olhar do turista precisa ser influenciado previamente para se obter uma experiência transformadora do sujeito? O que é preciso para que a viagem se torne uma experiência marcante? Verifica-se que se torna cada vez mais relevante uma experiência autêntica e única na apropriação do turismo visto que o turista busca esse “novo olhar” que contemple os aspectos sociais, econômicos, culturais, visuais. Em contrapartida, e olhar do Outro para o sujeito-turista? Ou seja, como se processam esses contatos de troca entre turistas e autóctones? É a partir desses questionamentos que abarcam todo desenvolver do artigo.

Neste sentido, o objetivo do artigo é refletir sobre a experiência turística através do diálogo com autores e obras, e da criação de relações entre as concepções desenvolvidas na bibliografia, e por fim chegar ao ponto de pensar se o turismo poderá ser compreendido como uma força transformadora do sujeito. Portanto, este estudo, de caráter essencialmente teórico, permitirá um aprofundamento em uma abordagem até o presente momento pouco estudada e discutirá a possibilidade de um reconhecimento para o turismo sob o aspecto humano em si, e de estabelecer a possibilidade de considerar o turismo como desenvolvimento de aproximação entre o próprio sujeito e a comunidade, assim como o reconhecimento de circunstâncias ao se dar o encontro. Este estudo ampliará o conhecimento a cerca das possibilidades e tendências futuras para o turismo, contribuindo para o reconhecimento do turismo a partir de outra visão. E espera-se que provoque o leitor a pensar e fazer o turismo em busca de uma visão sistêmica das potencialidades turísticas que possa transformar o turismo em uma forma de beneficiar o desenvolvimento das partes envolvidas, e não apenas de uma das faces.

Para contribuir com a discussão, a partir da análise de Georg Simmel (2006), serão estabelecidas algumas ponderações a cerca do conceito de construção social, de modo a pensar o turismo como uma nova forma de sociabilidade, ou seja, como interação entre os indivíduos em uma nova forma de entrar em contato social com outros sujeitos. Segundo Andrade (1993, *apud* LABATE, 2004,) “a viagem, portanto, não se reduz ao fenômeno do turismo. Entretanto, o turismo parece constituir o seu principal paradigma social e sociológico atual – nas palavras de Andrade (1993), “é a forma [de viagem] dominante nas sociedades modernas, e especialmente nas pós-modernas.” Desta forma, perpassa o turismo como fenômeno social, as relações sociais que se articulam com interações sociais, que são as que ocorrem entre os turistas e a comunidade receptora. Assim, os fenômenos sociais gerados pela organização do turismo para a comunidade são denominados fenômenos turísticos. Ainda de acordo com Dias (2008), a interação turista-comunidade “constitui-se num fenômeno social, pois seus agentes têm um ao outro como referencial para seus atos”. (Dias, 2008, p.14).

A fim de compreender a experiência turística e seus desdobramentos como construção social e as concepções de experiência e o olhar do viajante, busca-se o distanciamento da esfera econômica, não desprezando sua relevância. Ao contrário, como se sabe o turismo mantém sua base na esfera mercadológica, além do importante papel da geração e os avanços da economia para o turismo e a população envolvida, mas o artigo é construído com o intuito de discutir a esfera social da experiência turística como um todo, através do encontro, troca de saberes, o viajante, o sujeito em si. Para tal, este artigo propõe um diálogo com alguns autores que estão a caminho dessa compreensão, sob uma nova abordagem até então pouco explorada. Para alcançar a discussão proposta, o artigo partirá de uma breve contextualização, seguida da reflexão sobre a evolução das necessidades dos viajantes, para então conceitualizar o que se entende por experiência, e dividirá em o olhar do turista-viajante, o autóctone, a interação intercultural e, por fim, a experiência.

2. BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

O turismo é uma atividade de alta complexidade e diversidade que vem se desenvolvendo no decorrer dos anos em paralelo ao desenvolvimento tecnológico. As facilidades tecnológicas e da informação foram elementos, diga-se de passagem, de fundamental importância para a propagação turística. Nessa perspectiva, Figueiredo e Meene Rushmann (2004) citam Hobsbawn e Harvey:

O desenvolvimento tecnológico foi responsável pelo desenvolvimento das estradas de ferro, do barco a vapor e do telégrafo: “A construção de grandes troncos ferroviários naturalmente ganhou a maior parte da publicidade. Era, realmente, o maior conjunto de obras públicas

existentes e um dos mais sensacionais feitos da engenharia conhecidos até então na história. ” (HOBSBAWN, 1982, p.74). Harvey (1993, p.240) destaca ainda a abertura do Canal de Suez, a fotografia e, mais tarde, o automóvel como acontecimentos marcantes na “diminuição do mundo”, com os espaços vazios dos mapas sendo preenchidos cada vez mais e com a possibilidade de informações serem transmitidas com mais rapidez. (HOBSBAWN; HARVEY, 1982, p.74 apud FIGUEIREDO; MEENE RUSCHMANN, 2004, p. 168).

Ao se reportar à história do turismo e a uma ordem temporal dos fatos históricos, o turismo adquire relevância em seu sentido amplo com a Revolução Industrial e, mais fortemente a partir da Segunda Guerra Mundial, que ditou uma nova forma social, isto é, uma importante prática de conquista dos trabalhadores envolvendo um novo universo de lazer, ócio e viagem, assim como todos os reflexos da sociedade industrial, dando início à consolidação do turismo e mudanças de suma importância para a considerada “indústria” turística, ou seja, formada por um conjunto de serviços e produtos ofertados que serão consumidos pelos turistas. Portanto, com o acelerado avanço da sociedade industrial, a busca pela viagem se tornou presente nas últimas décadas e todos estão inseridos de certa forma, conforme comenta Barreto (2000):

O turismo abrange o mundo inteiro, pois, a partir do processo de globalização das economias e da cultura, assim como da melhora nos meios de comunicação e transporte, são poucos os lugares que não recebem a visita de turistas. Do mesmo modo, abrange todas as camadas e grupos sociais não porque todos possam, algum dia, ser turistas – uma possível interpretação inicial dessa afirmação –, mas porque tal fenômeno atinge, de alguma maneira, também aqueles que não o praticam. (BARRETO, 2000, p.18).

A atividade turística detém uma importante potencialidade socioeconômica e cultural sendo considerada uma abrangente atividade social, cultural e econômica que se constitui de diferentes formas conforme as realidades locais. Essa atividade pode se tornar o principal ou único meio de desenvolvimento econômico e social da região, geração de oportunidades e renda, dentre outros benefícios para a comunidade.

Assim como, em contrapartida, traz consigo problemáticas e contradições, e leva a um contato, muitas vezes, conflituoso com a comunidade local e com o território em toda sua proporção. Nesse sentido, Beni (2006) observa que “a rapidez das mudanças ocasionadas pelo turismo pode gerar efeitos negativos nas relações sociais e na qualidade de vida da população”. Com isso, surgem inúmeros de impactos negativos que cruzam com uma ampla quantidade de fatores ao decorrer do desenvolvimento turístico. Portanto, “o turismo inegavelmente está ligado a um crescimento econômico e a uma mudança social. (BENI, 2006). Ainda analisando os diversos pontos negativos impactantes do turismo a partir dos distintos autores que tratam, Beni (2006) afirma que:

O desenvolvimento do turismo afeta a estrutura demográfica criando novos empregos que, por sua vez, geram, além do êxodo rural, migrações inter-regionais. Essa força situacional pode também, por um lado, sustar a emigração, principalmente dos jovens, graças ao aumento da oferta de trabalho; e por outro lado, na medida em que certas habilidades e competências profissionais exigem uma mão-de-obra qualificada – e mesmo especializada -, tende a recrutá-la nos centros mais desenvolvidos. Além disso, também é verdade que os polos turísticos atraem os desempregados das áreas do entorno. Verifica-se, assim, que a estrutura social torna-se cada vez mais diferenciada. (BENI, 2006, p.45).

Conforme salienta Luchiarri (2000), o fenômeno turístico tornou-se um vetor de transformação apenas visto sob seu aspecto negativo, no entanto, apresenta importantes potencialidades a serem destrinchadas, do macro ambiente para o microambiente que permitam a transformação de um fluxo de relações entre os atores envolvidos de forma equilibrada e vista que encare a realidade da nova forma de sociabilidade.

A mediação entre o global e o local, empreendida pelo turismo, possibilita tornarmos o lugar e o mundo em sua unidade. Permite também trazeremos à luz novas formas de sociabilidade, articuladas em função do processo contemporâneo de revalorização das paisagens para o lazer. Esse movimento, ao invés de contrapor o tradicional ao moderno, o lugar ao mundo, o natural ao artificial, impulsiona a reestruturação das relações do lugar com o mundo e a

formação de organizações socioespaciais cada vez mais híbridas, cujas formas e lógicas antigas associadas às novas originam outra contraposição. (LUCHIARI, 2000, p.121).

Considerando a realidade a cerca dos pontos conflitantes da atividade turística é preciso analisar a fundo e buscar alternativas e oportunidades para se alcançar um novo cenário e minimizar os impactos, transformando em uma relação mais equilibrada entre a sociedade e o meio, assim como entre turistas e autóctones.

Ao mesmo tempo, não é possível ignorar o fato de que, ao pensar em turismo, é necessário pensar a existência da comercialização e do consumo – já que a base do turismo se constitui a partir da lógica econômica e como desenvolvimento do cenário global atual. Sendo assim, o turismo é um fenômeno de expansão, de certa forma, imprevisível e independente, sendo atrelado às diversas esferas humanas.

Segundo Lemos (2005), um produto turístico é simultaneamente um produto econômico e social, pois este gera um produto econômico e elementos que não estão diretamente relacionados ao capital, mas que serão absorvidos pelo turista. Posto isto, o turismo engloba e atende tanto aos anseios socioculturais e econômicos, tendo um papel de suma importância para o reconhecimento e valorização histórica, cultural, individual, social, psicológica, dentre outros. Beni (2006) indica essa conformidade ao dizer que:

O turismo pode ter um papel muito importante na preservação da herança cultural e, em alguns casos, até mesmo no resgate desse patrimônio. O interesse que o turista demonstra pela história e pela riqueza cultural de um país provoca um efeito importante na conservação de seus movimentos históricos, das suas obras de arte e do seu passado. O produto cultura, a partir do momento em que expressa um valor econômico em razão da sua existência da demanda turística, assume todas as formas possíveis de um produto no mercado. (BENI, 2006, p. 50).

Hoje em dia, o turista, devido aos acessos decorrentes do mundo globalizado relacionados à circulação de informação, ao deslocamento, ao interesse em conhecer e experimentar, apresenta tendência a uma seletividade em relação ao consumo, ao que querem ou não adquirir e absorver. A satisfação do sujeito está além do que já está ao seu alcance, quer que lhe agregue algo a mais, posto que hajam novas representações da viagem para o olhar do turista.

A partir das inquietações e deslocamentos, a experiência se torna essencial e define um novo turista, que busca uma experimentação única e inesquecível que lhe produza memória e reconhecimento, transformação, intercâmbio cultural. Essas sensações ligadas à experiência pode ser um fato consciente, porém, pode haver situações que estejam fora do controle de previsão e de planejamento, e que mesmo assim sejam marcantes.

O turismo como força transformadora do sujeito permite o envolvimento com o Outro e consigo mesmo, permitindo que as sociedades reconheçam a prática do turismo em uma perspectiva de desenvolvimento social. Com isso, a crescente influência da globalização para o turismo resultante do entrelaçar de diversas esferas humanas, como econômica, social e cultural permitiu facilidades e o alcance da subjetividade do sujeito. Conforme sugere Beni (2003):

A globalização do Turismo é resultante principalmente dos seguintes fatores: aumento da liberação do comércio mundial, incorporação de novas tecnologias como a informática e as telecomunicações, integração horizontal e vertical das empresas de turismo, difusão territorial do consumo e flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos, incluindo o próprio setor do turismo. (BENI, 2003, p. 21).

A partir disso, sabe-se que esses fatores citados pelo autor proporcionam a dispersão do turismo enquanto fenômeno e a capacidade de inovação do próprio turista. Sendo assim, o ato de se movimentar no espaço por si só já não se torna suficiente para o turista enquanto viajante, pois está crescentemente se enriquecendo em aspectos mais sólidos interconectados com os saberes e sentidos, e em busca de insaciáveis experiências que lhe agreguem para a vida social. Partindo dessas considerações, para Simmel (2006), é através das interações, da experiência do indivíduo e da coletividade que se constrói o social. E, por conseguinte, a sociabilidade é a forma lúdica da socialização, onde todas essas formas apresentam aspectos de interação entre as pessoas.

2.1 A EVOLUÇÃO DAS NECESSIDADES: UM PANORAMA ATRAVÉS DA PERSPECTIVA TURÍSTICA.

A fim de entendermos a atividade turística em sua totalidade é preciso identificar o contexto das viagens e dos motivos que levaram as pessoas ao movimento e as reflexões de como estas viagens influenciam a vida do homem. Sabe-se que “as viagens começaram a se intensificar a partir das chamadas grandes navegações, que levam a Europa, principalmente Portugal e Espanha, à “expansão ultramarina”. (FIGUEIREDO; MEENE RUSCHMANN, 2004). Mas é ao longo das últimas décadas que a atividade vem revelando seu espaço na construção de uma pluralidade de intenções, de ordenamento espacial e acarretam uma série de atividades econômicas e socioculturais. Sendo assim, o turismo assume identidade, relação dialética entre turista e autóctone, construção simbólica e geográfica. Com isso, percebe-se a necessidade de encarar o turismo no seu âmbito mais elementar que é o entendimento do turismo com uma perspectiva sociocultural, que permeia necessidades e anseios muito mais do que econômicos.

O sujeito apresenta intrinsecamente a necessidade do deslocamento desde os primórdios da vida humana. As primeiras inspirações de deslocamentos foram motivadas pelo âmbito cultural e, se aprimorando e sofisticando de acordo com devida abrangência de motivações dos turistas. E é a partir do entendimento de necessidade básica humana que chegamos ao ponto de compreensão do turismo proposta aqui. O movimento de pessoas expressa a vida, a mudança e o aprendizado.

Com a expansão territorial, a necessidade de sobrevivência, a troca de mercadorias; o surgimento da luta do movimento operário pela redução da jornada de trabalho do capitalismo e a resposta cultural desta necessidade, denomina-se atividade, que aparece moldada sob diferentes conceitos, segundo o estágio das relações de produção e das características culturais de cada sociedade. Com isso colocamos o *movimento* como uma necessidade histórica básica cuja resposta cultural correspondente é a *atividade*. [...] A importância desse estudo para a ciência do turismo é que a mesma pode ser percebida como uma necessidade histórica/biológica, que a coloca em outro patamar a explicação teórica e que põe por terra toda e qualquer teoria que insinue que o turismo nasceu com o capitalismo. O turismo nasce como uma resposta cultural dada a uma necessidade biológica, portanto faz parte da referência histórica dos homens. (SANTOS FILHO, 2005, p.72, grifos do autor).

O decorrer dos avanços tecnológicos e econômicos proporcionou à sociedade atual a transição de valores e a dispersão do conhecimento. O que possibilitou às viagens turísticas uma abrangente diversificação de usos para os mais distintos fins. O turismo reflete as mudanças e busca satisfazer a sociedade, a partir do século XX, onde o contexto de transformações tecnológicas e os acessos à rede de informação provocaram o alavancar para o conhecimento de outros lugares e novas formas de relações sociais, despertando assim, o interesse em buscar sempre algo novo que jamais seria acessível. Atualmente, este panorama de necessidades insaciáveis se mantém e evolui, onde o sujeito busca a troca por meio do diferencial e da singularidade, já que o acesso a informação na escala global e as facilidades econômicas permitem uma experiência impagável, pois o grande conforto do viajante é poder vivenciar novas realidades de cada localidade visitada. Nesse sentido, Soares (2009) aponta que:

Ultimamente se tem notado uma busca crescente por valores imateriais, emocionais e até mesmo espirituais, como fonte de qualidade de vida, equilíbrio, saúde e plenitude, tanto nas relações pessoais, como nas sociais. Isto tudo em contraposição á busca pela satisfação material, fisiológica e compreensão racional, proveniente da sociedade industrial. [...] Nesse cenário de mudanças, nota-se que o indivíduo procura por novos rumos, novos conhecimentos e novas sensações, quebrando com o tradicional. Isso também explica a crescente ênfase sobre a criatividade, e à busca por experiências únicas e originais. O contexto da sociedade atual é caracterizado por um processo de transição de valores e paradigmas nos âmbitos sociais, econômicos e políticos, que acabam por afetar o estilo de vida e as relações do indivíduo com o ambiente. (SOARES, 2009, p.10).

Ainda nessa perspectiva das mudanças, Bahl (2003) apud SOARES (2009):

De acordo com Bahl (2003) as principais mudanças da sociedade moderna determinam cenários exemplificados pela diminuição de valores puramente materiais e econômicos

(fortemente presentes do auge da Era Moderna), fazendo com que novas áreas de interesse surjam como: maior atenção para os valores imateriais, emocionais e culturais, maior interesse para a aquisição do conhecimento e a crescente busca pela autenticidade e personalização dos processos e atuações, “libertando-se assim, das normas e constrangimentos sociais”. (BAHL, 2003 apud SOARES, 2009, p.17).

Para Barreto (2000) “os turistas procuram vivenciar experiências diferentes de seu cotidiano, o que tem levado aos agentes culturais, cada dia mais, a organizar encenações nas quais são demonstrados fatos e costumes da história local, com o objetivo de propiciar aos turistas essa vivência. Assim como, segundo Brasileiro (2012) “o desafio do turismo é, portanto, promover a qualidade de vida dos autóctones e vivências reais para os turistas.” (BRASILEIRO, 2012, p.92).

Devido às constantes mudanças e desencadeamentos do turismo atualmente, atender aos turistas e ao equilíbrio junto à boa qualidade de vida dos autóctones e do ambiente em que estão inseridos se torna desafiador ao turismo enquanto produto. Atualmente tem-se uma incessante busca pela cultura do outro, do diferente, com isso os serviços e atrativos passam a ser cada vez mais diversificado e personalizado e em contrapartida, a aqueles turistas que buscam a liberdade de uma experiência com sensação única. Segundo Vieira de Camargo (2012) “o turista ao viajar para um destino deseja, além de alguns dias de descanso, sensações e experiências únicas e marcantes que superem suas expectativas.” Conforme afirma De Botton (2012) “se nossas vidas são dominadas pela busca da felicidade, talvez poucas atividades revelem tanto a respeito da dinâmica desse anseio – com toda a sua empolgação e seus paradoxos – quanto o ato de viajar.”

3. CONCEITUANDO EXPERIÊNCIA

É evidente as diferentes abordagens quanto ao seu conceito ao longo do tempo e das diferentes áreas de conhecimento, assim como sua complexa forma de se formular seu conceito. De acordo com o estudo publicado pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 1977) relacionado às tendências do turismo para as próximas décadas, sendo as de nosso interesse, o turismo de experiências únicas, concluiu-se que “viajar para destinos onde, mais do que viajar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem.”

Portanto, o que de fato é entendido por experiência? De acordo com o Michaelis Moderno Dicionário da Língua Portuguesa:

ex.pe.ri.ên.ci.a

sf

1. Ato ou efeito de experimentar (-se).
2. Conhecimento adquirido graças aos dados fornecidos pela própria vida.
3. Ensaio prático para descobrir ou determinar um fenômeno, um fato ou uma teoria; experimenta, experimentação, experimento.
4. Conhecimento das coisas pela prática ou observação.
5. Uso cauteloso e provisório.
6. Perícia ou habilidade adquirida pela prática.

Quanto ao dicionário de filosofia entende-se por “conhecimento que se obtém directamente da observação do mundo à nossa volta. [...] Em termos mais precisos, dá-se o nome de “experiência” aos dados dos sentidos, ou sensações, em que tal conhecimento se baseia.” Ainda conforme o assunto, Mora (1978) em o Dicionário de Filosofia, experiência é a vivência interna e aponta as concepções de diversos filósofos. Além disso, a palavra experiência próximo ao *experience*, em inglês, significa prática e vivência.

Portanto, o conceito perpassa pela própria individualidade do sujeito, por isso é preciso ter cautela quanto ao que se entende quando se encontra com o termo experiência associado ao turismo, já que, “por vezes, o termo é caracterizado somente por seu conteúdo emocional, o que o reduz a um nível naturalista e imediatista, eliminando o sujeito ativo do processo. Em abordagens baseadas em pressupostos positivistas, a conceituação se limita ao experimentalismo”. (GASPAR; MAHFOUD, 2006, p.2)

Portanto, o conceito não é algo dado delimitado e sim uma construção de componentes de cada concepção de um dado período. É importante destacar que não se limita apenas às sensações e sim a um conhecimento a cerca do mundo. Já que para o senso comum, ao se pensar em experiência no turismo, pensa-se primeiramente em um roteiro posto e em uma operadora de turismo que irá estipular locais “diferentes” para

visitação. E enquanto a experiência turística engloba muito além disso, e sim a viagem em seu todo, o encontrar com o diferente, o sair do habitual. É encontrar valores socioculturais e simbólicos.

Ao recorrer ao conceito de experiência no âmbito filosófico, a perspectiva de análise do filósofo Walter Benjamin, citado por Schneider (2010), afirma que a experiência está ligada à memória:

Nesses termos experiência é um conceito que denota uma articulação. A articulação por sua vez é entendida como ligação e ao mesmo tempo como expressão, pois é uma dimensão da práxis humana. Nessa práxis articulam-se a auto-relação do ser humano e a sua relação com o mundo inseparavelmente: a relação com o mundo é articulada com a auto-relação, e a auto-relação, por sua vez, é articulável como relação com o mundo. O resultado disso é que os indivíduos angariam uma imagem histórico-social de si mesmos, que é sempre precária e provisória, tendo que ser continuamente elaborada. As condições para a elaboração de sua auto-imagem dependem de diversas perspectivas, de relação do trabalho, da comunicação e da memória. Para a estrutura filosófica da experiência, a memória é decisiva, para qual, por sua vez, a questão do trabalho é determinante. [...] O contraponto da experiência é a vivência, pois, uma vez, ela é o material bruto, isto é, o objeto do trabalho da experiência, e outra, ela é a forma psicológico-social da auto-alienação do ser humano (1, 2, 681). (SCHNEIDER, 2010, p. 3-4).

A significação dada ao conceito experiência aparece para vários autores de forma que se assemelha em seu significado, de forma complementar. Neste caso, para o autor viajar é a experiência paradigmática, ou seja, o contato do sujeito que experimenta de forma a transformá-lo, posto isso Trigo (2010) cita concepção de Eric Leed (1991):

Para Eric Leed, viajar é a experiência paradigmática, o modelo de experiência genuína e direta que transforma a pessoa que a realiza. A natureza dessas transformações pode ser vista na língua inglesa até suas raízes linguísticas indo-europeias, em que as palavras *travel* ("viagem") e *experience* ("experiência") estão relacionadas. A raiz indo-europeia de *experience* é *per*. A palavra *peril* ("perigo") possui a mesma raiz, assim como *travel* ("viagem") e *travail* ("esforço doloroso") estão linguisticamente relacionadas. (ERIC LEED, 1991, p.5 apud TRIGO, 2010, p.24).

Como explica Vieira de Camargo (2012) referente ao estudo antropológico do termo experiência é preciso entendê-la em sua abrangência para por fim, conseguir interpretar suas próprias experiências:

Segundo o filósofo e pedagogo norte-americano John Dewey (1859-1952), seriam necessárias algumas características para descrever a noção de experiência; dentre as quais, duas merecem destaque para o intuito deste trabalho: "(1) a experiência se apresenta como uma relação entre o ser vivo e o seu contorno físico e social, [...] e que] (2) não existe experiência consciente sem inferência e a reflexão é inata e constante" (DEWEY apud MORA, 2001, p. 269). Para que se possa, portanto, permear pela intrínseca noção de experiência de um sujeito durante seus deslocamentos, faz-se necessário refletir sobre o momento sociocultural contemporâneo em que ele se encontra e seus reflexos no modo como esses agentes sociais sentem, refletem e reagem a essa condição e esse universo. (VIEIRA DE CAMARGO, 2012, p.25).

Nesse sentido, acredita-se que a experiência é uma grande abrangência do turismo, onde o sujeito tende a se contextualizar para receber como troca muito mais valiosa, o intercâmbio cultural e se apropriar de outras culturas e realidades. Mediante os fatos, tomar consciência de si e de alguma forma a internalizar na volta ao cotidiano, e não meramente a busca de *status* puramente com as viagens.

3.1 A RELEVÂNCIA DA EXPERIÊNCIA PARA A PROMOÇÃO TURÍSTICA.

Passa-se então a analisar o próprio conceito de experiência em cruzamento ao turismo, já que contempla perspectivas de diversos autores e pontos de vistas. Mas o ponto de partida para o entendimento da experiência aliada à atividade turística é entendê-la como um complexo conteúdo, e de posse e percepção individual que perpassa os sentidos e emoções de quem presenciou a vivência. Que apresenta diferentes graus de intensidade e de caracterização para o indivíduo. Enquanto, associando a experiência turística aos moldes

econômicos, Trigo (2010) afirma que: no caso das tentativas comerciais contemporâneas de inserir serviços na sofisticada categoria da experiência, está implícito que eles devem ser agradáveis e reconfortantes, de qualidade e bem estruturados, ou seja, devem ser prazerosos. (2010). Assim como, para Panosso Netto (2010) “quando falamos de turismo de experiência, estamos nos referindo a um tipo de turismo que pretende marcar o turista de maneira profunda e positiva.” (PANOSSO NETTO, 2010, p.44).

Quanto ao caso da viagem e do turismo, a experiência assume um papel muito particular do indivíduo, para Trigo (2010) “a experiência é essencial para a socialização”. Ainda conforme Trigo (2010) “para ser uma experiência, a viagem precisa superar a banalidade, os aspectos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que nasça da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história”.

Pines II e Gilmore (1998) apontam a experiência como um fator individual, principal diferencial em meio à sociedade massificada. Ou seja, uma mesma experiência vivida pode ser percebida de diferentes maneiras de acordo com a personalidade, história de cada indivíduo. [...] as experiências são inerentemente pessoais, existe apenas na mente de um indivíduo que tenha sido enredado em um nível emocional, físico, intelectual, ou até mesmo espiritual. Portanto, não há como duas pessoas passarem pela mesma experiência, pois cada experiência resulta da interação entre o palco do evento (como uma peça teatral) e do palco de cada mente. (PINES II; GILMORE, 1998, p. 89, tradução dos autores). (NASCIMENTO; MAIA; OLIVEIRA DIAS, 2012, p.145).

Deste modo, MacCannell (1973) afirma que o turista busca pelo “autêntico” e com isso é conduzido a uma encenação em que os operadores turísticos produzem e não há uma experiencial real. Ao modo de que para Cohen (1972, 1979 e 1988), citado por Urry (2001) “o “experiencial”, o “experimental” e o “existencial” não se apoiam na bolha ambiental dos serviços turísticos convencionais”. Ou seja, Cohen argumenta que a experiência turística se dá a partir da novidade e da diferença. Portanto, o que de fato se entende como experiência turística?

Atualmente, mais do que nunca, as práticas turísticas passam a desempenhar um papel fundamental no processo de sociabilidade das relações humanas, tendo relevância a partir do século XX. Visto que, como afirma Lima (2013):

[...] o turismo surge com um sentido totalmente novo na história da humanidade, sentido de dinamicidade, de prazer, deslocamento, contato com outras culturas, mesmo que estejamos falando de um contato superficial. O turismo representa a oportunidade de sair do seu mundo, da sua comodidade, para conhecer o mundo exterior, aquele no qual não possuímos vínculos identitários. Foi somente com a criação de um imaginário em torno das viagens, da “necessidade” de conhecer outros lugares, de fugir da rotina do dia a dia, do “estar” turista que identificamos o surgimento do sentido propriamente turístico. (LIMA, 2013, p. 82).

Observamos ainda, que o turismo está inteiramente ligado à construção do sujeito:

No lazer, e especialmente no turismo, a caracterização do papel social adquire particularidade que legitima a necessidade de compreender a importância desse fato social que, como tal, constrói a personalidade dos indivíduos. A categoria antropológica *pessoa* pode ser entendida por esse novo ângulo. [...] No entanto, uma discussão que se forma e que se encontra argumentos na teoria antropológica é a de que, não só nessas esferas da vida social, mas também no turismo expressa-se a personalidade do sujeito. (SANTOS, p.195).

É perceptível nos dias atuais a força e a impactante motivação provocada pelo fenômeno turístico em escala global, articulando a experiência ao turismo resultando em uma impactante memória ao turista-viajante por meio da vivência intercultural. Com isso, a viagem contempla como um principal meio de sociabilidade entre turistas e autóctones. Conforme Panosso Netto (2010), “a viagem como uma experiência realmente instigante passa a ser um caminho sem retorno rumo ao descobrimento de que não existe – nem pode existir – um retorno.”. Portanto a viagem provoca o autoconhecimento e a consciência do próprio sujeito, sua história. Assim como segundo o autor:

A viagem é como uma persuasão, uma possessão e fruição da própria vida, a capacidade de viver o presente sem sacrificá-lo ao futuro e especialmente sem considerá-lo um momento que tem de passar depressa para a pessoa fazer outra coisa. A viagem como experiência significativa deve ser um desfrute. (PANOSSO NETTO, 2010, p.36).

Ao analisar a relação entre experiência e turismo, percebe-se que o olhar do viajante está intrinsecamente associado a todo esse processo vivencial.

4. O OLHAR DO TURISTA-VIAJANTE

O olhar do turista-viajante pode ser considerado uma prática abordagem moderna em relação ao turismo. Já que o refinamento e a busca por aspectos que lhe satisfaçam é resultado dos avanços do mundo moderno. Sugere-se que os distintos olhares são construídos a partir da realidade local em que o sujeito está inserido, seja economicamente ou socialmente falando. Neste momento, busca-se explorar a ideia do afastamento do olhar engessado da condição de turista e buscar o olhar que vai além do que é posto, abordando o viajante além de este imediato olhar, simplesmente como turista. A fim de contribuir, LabeDev (2010) fundamenta-se que:

O sujeito que vem de fora passa a integrar dois mundos, a sua terra natal – *Daisen* – e o novo local em que se encontra – *Wesen*. Por estar numa ambiência nova, o olhar do estrangeiro adquire um quê de fresco, certo toque de ingenuidade e, para a fenomenologia, esse é um dos passos que se deve dar para poder conhecer o mundo. Mas, como construiu sua consciência no seu local de origem, sempre carrega em si as impressões dessa construção. Portanto, é possível afirmar que, ao mesmo tempo em que integra o mundo, o estrangeiro se suspende dele, afinal, o que vê, é novo, e causa estranhamento, assim suas reflexões sobre o lugar em que se encontra serão diferentes das de um nativo, por exemplo. (LABEDEV, 2010, p.7).

Ainda segundo a autora a experiência remete-se ao ver, ao olhar e tomar uso do território, assim como absorver conhecimento em paralelo ao saber que lhe é próprio. Para compreender a distinção entre “ver e olhar” do autor Cardoso (1993 apud LEBEDEV, 2010), cita-se:

Para o autor, é fundamental a distinção entre ver e olhar. O ver diz respeito a um vidente discreto e passivo, dono de um olho dócil e quase desatento que “parece deslizar sobre as coisas; e as espalha e registra, reflete e grava” (CARDOSO, 1993:348). Trata-se de uma fé perceptiva, muitas vezes própria de quem submete os olhos a uma rotina, ao homem comum num lugar que lhe é familiar. Já o olhar vai além, remete de imediato à atividade e às virtudes do sujeito, “perscruta e investiga, indaga a partir e para além do visto, e parece originar-se sempre da necessidade de ‘ver de novo’ (ou ver o novo)” (CARDOSO, 1993:348). Logo, o olhar tem um peso maior, afinal ele interroga o que é visto, o vidente e o visível se misturam, assim como o viajante e a viagem. (CARDOSO, 1993, p.348 apud LEBEDEV, 2010, p.8).

O turista apresenta seu enfoque no motivo da viagem distinto no decorrer da evolução da história do turismo e, a partir dessa dimensão, a experiência não pode ser entendida apenas como prática de consumo. Em relação à variação da experiência e o olhar do turista, John Urry (2001) afirma que:

Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas. Na verdade, o olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta. (URRY, 2001, p.16).

Os avanços tecnológicos, a comunicação em massa permitiu a transformação e a singularidade do olhar do turista-viajante em grande escala, portanto, conforme Urry (2001), “o olhar do turista está cada vez mais ligado a todo o tipo de outras práticas sociais e culturais”. Ainda para o autor:

O olhar do turista é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea, da pós-modernidade, mas as práticas turísticas que ele suscita passam por rápidas e significativas mudanças. Tais mudanças não podem ser separadas dos desenvolvimentos estruturais e culturais da sociedade contemporânea e que apresentam maior amplitude. " (URRY, 2001, p.118).

O olhar do turista precisa ser antecipado quanto à realidade em que irá encontrar para que enfim possa obter uma experiência transformadora do sujeito-viajante. Nesse sentido Urry (2001) descreve que "além disso, o olhar do turista é estruturado por noções culturalmente específicas daquilo que é extraordinário e, portanto, digno de ser visto." Assim como para Serrano (2000): "A antecipação das imagens e a informação promovida pela mídia mediante a exposição permanente dos lugares turísticos também contribui para essa transformação." (p.46). Há de se pensar que há ocasiões em que aconteça uma relação fora de qualquer planejamento e meio mercadológico, com envolvimento de histórias que permita refletir a sua própria condição de vida fora daquele contexto de "férias". Do mesmo modo que o viajante busca uma contextualização deste deslocamento.

Entretanto, Krippendorf (2009) salienta que "procurar fazer da viagem uma grande escola não seria muito indicado e traria poucos resultados convincentes." (p. 200). Tomar consciência do olhar do turista-viajante é de fundamental importância para o alcance de uma experiência positiva que lhe retroalimente ao buscar novas culturas, lugares e histórias. Mas é preciso levar em consideração que o espaço de liberdade é buscado por este viajante, onde a viagem não pode se tornar excessiva busca de um comportamento estratégico.

5. O AUTÓCTONE

A inter-relação entre os dois principais atores deste sistema turístico transpassa por uma série de características e questões a serem debatidas pela sociedade, já que apresentam um grau de conflito significativo. A atividade turística, por muitas vezes, dá a voz opinativa apenas aos consumidores e movimentadores de capital, deixando a mercê os visitados, a comunidade local. Com o propósito de captar essa relação, busca-se a caracterização de autóctone. Por autóctone entende-se por quem é natural da região, que habita na comunidade. Sucintamente Krippendorf (2009) conceitua como "seres humanos que estão do outro lado: a população dos países e das regiões visitadas, os anfitriões voluntários ou involuntários." (p.69).

Mas como manter equilíbrio entre o visitante e o visitado, entre quem está de férias e quem está a trabalho? Como haver momentos de liberdade para captar a essência do intercâmbio de informações culturais, sociais, saberes? Para isso Brasileiros (2012), apresenta o que chama de vivência lúdica do lugar, em que não diferenciaria em âmbitos distintos e sim a vivência da realidade cotidiana de cada ator, assim como o anfitrião/ autóctone com sua própria verdade, história e ponto de vista a ser demonstrado] e o turista com sua própria realidade internalizada, onde o visitante conheceria o local e o cotidiano, enquanto o visitado permaneceria revelando sua própria realidade. Com isso, é possível que ambos resgatem a imaterialidade e as tradições.

MeeneRushmann e Solha (2006) apontaram que "o turismo não implica apenas em prejuízos para o autóctone. Diversas análises estão voltadas para a viabilidade da atividade turística no sentido de favorecer a manutenção das estruturas locais – tradição, costumes, artesanato, entre outros -, pois elas são seu principal objeto". (p.217).

6. A INTERAÇÃO INTERCULTURAL

O turismo é um campo de aproximações e de trocas associado à experiência, que busca pela aquisição do extraordinário, do diferente. A atividade turística apresenta em suas entranhas a complexa relação entre capital e cultura.

De acordo com o antropólogo FranckMichel (2000 apud AVENA, 2010, p.2) "ressalta que "a viagem começa onde param as nossas certezas" e que "a viagem convida ao desejo de alteridade tanto quanto ao desejo do outro." Ainda demonstra:

Esse outro pode ser tanto um espaço exterior evocado ao exotismo, quanto o outro ser humano em todas as suas formas. Portanto, o outro e o mundo fora do sujeito bem como o mundo dele próprio. Além disso, o outro pode (ou não) provocar um agradável e excitante choque – lugares, paisagens, universos – ruptura com as referências estéticas que definem a sua usual visão do mundo. Dessa forma, ocorre o desvelamento de si; uma auto-descoberta revelando uma outra identidade até aqui escondida em si mesmo, como um estranho interior, clandestino, inconsciente ou mascarado, cuja emergência, se assim pode se dizer,

coloca o sujeito fora de si – repentinamente fora da certeza daquilo que ele acreditava ser – que ao mesmo tempo assusta e estimula. Nesse sentido reencontrar o “outro”, é também, literalmente um acontecimento que se abre sobre uma experiência estética. O outro lugar em questão não é tão somente um lugar, mas um sentimento: é menos um espaço e mais o produto de um “sétimo sentido”. (FRANCK MICHAEL, 2000 apud AVENA, 2010, p.2).

Ainda para Avena (2010), a viagem significa transformação e abertura:

Segundo esse antropólogo “a viagem é de início um assunto de consciência e de sentido”. Além disso, “viajar é mudar de história de vida antes mesmo de mudar de lugar” – o ato procede de um saber, de um poder ou de um querer. Aqui se origina, nesse conhecimento, essa força ou essa vontade de mudança de vida, o desejo do outro, fora e dentro de si, onde pode ocorrer a (trans)formação de si (p.11-16). Assim, para lidar com o diferente, o novo, o estranho, é preciso ter uma abertura interior, uma disposição e um despojamento, pois o **outro** está presente em si mesmo. (AVENA, Biagio M., 2010, p. 3, grifo do autor).

A interação sociocultural do turismo de acordo com o Caderno de Turismo e Sustentabilidade do Ministério do Turismo brasileiro (2007) só é apresentada mediante o ponto de vista negativo da relação entre turistas e autóctones, mas salienta que os impactos podem ser positivos, pois promove o contato e essa interação intercultural de distintas localidades e culturas:

Por outro lado, o turismo pode ajudar a estimular o interesse dos moradores por sua própria cultura, suas tradições, costumes e patrimônio histórico, uma vez que os elementos culturais de valor para os turistas são recuperados e conservados, para que possa ser incluídos na atividade turística. Esse despertar cultural pode constituir uma experiência positiva para os moradores, dando-lhes certa conscientização sobre a continuidade histórica e cultural de sua comunidade. [...] O turismo pode ser ainda um fator de aceleração de mudanças sociais positivas na comunidade, em termos de maior tolerância e bem-estar. [...] Outro impacto benéfico que o turismo pode oferecer é o intercâmbio cultural entre moradores das regiões receptoras e visitantes. Esse tipo de experiência incide diretamente sobre a percepção do visitante em direção a outras culturas e maneiras de viver, aumentando a compreensão e o respeito às diferenças. (MTUR, 2007, p. 52-53).

De acordo com James Clifford (1997 apud SERRANO, 2000, p. 43), a viagem a partir da interpretação de cultura e não apenas como um vazio sentido de deslocamento no espaço, onde o homem se constrói a partir dos encontros em um espaço de relação com a temporalidade e a territorialidade, desta forma se constrói a partir de culturas distintas. Segundo o autor denomina-se por “encontro de viagens” a análise cultural como um espaço, a cultura que faz do homem ser homem internamente e externamente de sua comunidade.

Por outro lado, não se pode desassociar o processo educação antecipado para que efetivamente seja atribuído ao desenvolvimento do sujeito e do Outro. Atualmente, a busca por valores referente à diversidade cultural contribui para que esta abordagem no turismo seja contemplada e que haja partilhas e diálogos, a fim de promover a dispersão do saber, principalmente o tradicional, o bem estar e o prazer.

Segundo Rodrigues (1998 apud MARCON; BARRETO, 2004, p.5):

A fronteira que delimita os territórios do visitante e as particularidades culturais do visitado que caracterizam a atividade cultural é que motivam os indivíduos a ter curiosidade em relação a diversos fatores, possibilitando a mistura, o contágio, ou seja, a heterogeneidade de cada povo atingido pelas mobilizações e trocas decorrentes do turismo. (RODRIGUES, 1998 apud MARCON; BARRETO, 2004, p.5).

Assim, o turismo provoca o desenvolvimento dos sentidos e das percepções acerca do Outro e de si, sendo um meio de reflexão social, construindo uma fundamentação sociocultural da sociedade. A partir do contato e das vivências, a experiência turística torna-se um importante acesso para a interação social do homem na contemporaneidade.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno turístico é uma das atividades econômicas que mais tem se desenvolvido no âmbito mundial e tem ocupado lugar de destaque na atualidade, nesse sentido, as tendências tem se ampliado para satisfazer as necessidades e anseios do turista-viajante e especialmente, manter uma equilibrada relação entre os dois principais atores envolvidos, o turista e a comunidade autóctone.

Sendo assim, o sentido do turismo passa-se a ser conflituoso, pois a territorialidade passa por uma dialética entre os que usam o espaço puramente ao lazer e a visitação e aos que usam por moradia e sobrevivência. Para tal problemática é fundamental destacar que essa crescente atividade precisa ser planejada e desenvolver sob uma visão multifacetada e com um amplo panorama onde todos os aspectos envolvidos – sociais, culturais, econômicos, religiosos e ambientais – estão em acordo e em equilíbrio, satisfazendo ambas as partes. Referente a esse planejamento com ambas as partes, Beni (2006) afirma que:

O modelo de gestão participativa pode trabalhar não apenas em prol de integração entre as diversas esferas em que atuam os agentes decisores, mas na democratização da informação e de dados para permitir a construção de uma nova forma de agir, fora dos velhos paradigmas do assistencialismo e do paternalismo, utilizando, em vez disso, um planejamento participativo, integrado e, mais importante, convergente com os anseios da população, sendo um multiplicador do conhecimento, de históricas e de identidades locais. (BENI, 2006, p.63).

Os conceitos de experiência, a troca de saberes, o olhar e espaço sociocultural estão inteiramente interligados ao turismo. Observa-se que atualmente o sujeito como um todo busca por práticas contextualizadas e uma devida consciência, assim como a busca pelo conhecimento, mesmo que seja a princípio por *status*. Mediante isso, o ambiente se torna propício para que possa fazer do turismo um canal de sociabilidade humanizada já que há uma grande captação de pessoas das mais distintas espécies. E fazer com que a viagem se torne um potencial transformador do sujeito a partir do contato com diferentes realidades, contextos e culturas, proporcionando a troca de saberes e afetos.

A principal idéia é reforçada pelos relatos: a experiência da viagem é importante para o ser humano, pois se configura como um momento sagrado, de transformação, de encontro com o próprio eu, de descoberta da diversidade e da identidade. A viagem é uma necessidade transformadora. Os relatos de viagem e a literatura sobre viagens criam e reforçam a idéia da viagem como ação humana importante para a formação do homem. [...] Viajar é um ato de transformação e de educação. É uma prática densa, uma experiência transformadora. (FIGUEIREDO; MEENE RUSHMANN, 2004, p.179).

Durante toda a discussão, em síntese buscou-se enfatizar os desdobramentos da experiência turística a partir do panorama do turismo e as relações sociais entre os envolvidos – turistas e anfitriões/autóctones – e as motivações que envolvem a viagem, deste modo a partir desse contato com a comunidade local e o olhar do turista-viajante sobre o diferente, o experiencial e o novo, se dão a troca de saber e a interação intercultural.

Pensar a experiência turística é ponderar o ser humano, visto que é ele quem é o protagonista dessa relação de contato com outros homens. Por se tratar do ser humano, ao sair do seu habitual estes geram involuntariamente inter-relações, não apenas econômicas, mas socioculturais. Não necessariamente uma vivência para ser marcante precisa ser assertiva, a imprecisão provoca reforma e reflexões, nesse sentido, o turismo possibilita formação do sujeito.

Na concepção de Pezzi e Santos (2012) “a experiência turística, em sua concepção antropológica, visa a olhar o indivíduo na interrupção de seu comportamento rotinizado e repetitivo.” Admiti-se que o turismo aproxima o turista da comunidade anfitriã, portanto pensar em turismo a partir da experiência proporciona um relacionamento com a comunidade, onde ambos os envolvidos passam a conviver de forma dinâmica e autêntica, sobrepondo a troca econômica, não desprezando esta, sendo de fundamental importância para o desenvolvimento e externalização dos autóctones.

Conforme conclui Pezzi e Santos (2012) a respeito da experiência turística:

A experiência turística só vem a acrescentar e a destacar as peculiaridades e os atrativos de uma destinação, no qual não é somente oferecer uma viagem de descanso ou de outra motivação distinta, mas alguns dias que serão vivenciados de maneira única e sempre com o objetivo de surpreender e encantar, proporcionar aos turistas emoções jamais vivenciadas

antes. Essa estratégia favorece não somente ao visitante, mas também aumenta a preocupação do setor turístico com as questões da qualidade do serviço e de sempre buscar o seu diferencial, sendo assim, um elemento que acrescenta bastantes valores positivos tanto para quem visita, mas também para a região receptora. (PEZZI; SANTOS, 2012, p.18).

Conclui-se que a entrega do viajante ao desconhecido, decisão está mesmo antes do ato de viajar aproximam o desencadear do desenvolvimento social a partir da prática turística. O contato experiencial nas comunidades visitadas pode se dar a partir da abertura dos sentidos e da percepção do subjetivo ou, a partir da intervenção que venha a contribuir e enriquecer a experiência conforme a realidade. É preciso observar o contato entre visitantes e visitados em sua real dimensão e não apenas como uma proximidade obrigatória do curso da viagem, pois ambas as partes tem uma história de vida a ser desfrutada, simultaneamente viagem é comunicar-se e redescobrir-se dentro do próprio âmago.

Esta reflexão não se totalizou, pois ainda há muito a ser desbravado por todos os envolvidos e é preciso que lutem para uma relação mais harmoniosa dos fantásticos fragmentos que o turismo pode proporcionar positivamente. A discussão passou por diversas áreas do conhecimento, a fim de melhor embasamento já que é para melhor êxito do turismo, é preciso estudá-lo de forma sistêmica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

AVENA, Biagio M. **Saberes e Conhecimentos que Emergem das Viagens e do Turismo: Filosofia, Antropologia, Cultura, Mitologia, História**. Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2010.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/7y7r5/pdf/brasileiro-9788578791940-05.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

BRASILEIRO, MDS. **Desenvolvimento e turismo: para além do paradigma econômico**. In BRASILEIRO, MDS., MEDINA, JCC., and CORIOLANO, LN., orgs. Turismo, cultura e desenvolvimento [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2012. p. 75-98. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/7y7r5/pdf/brasileiro-9788578791940-05.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. p. 52-53.

DE BOTTON, Alain. **A Arte de Viajar**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2008.

FIGUEIREDO, Silvio Lima; MEENE RUSCHMANN, Doris Van de. **Estudo Genealógico das Viagens, dos viajantes e dos Turistas**. Novos Cadernos NAEA, v7, n1, p.155-188, jun.2004. ISSN 1516-6481.

GASPAR, Yuri Elias; MAHFOUD, Miguel. **Uma Leitura Histórica do Conceito de Experiência e uma Proposta de Compreensão do Ser Humano em seu Caráter Essencial: Experiência Elementar e suas Implicações para a Sociologia**. In: Anais do III Seminário Internacional de Pesquisa Qualitativa e V Encontro de Fenomenologia e Análise do Existir. São Bernardo do Campo – São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.sepq.org.br/IIIsipeq/anais/pdfs/pchf11.pdf>>. Acesso em: 7 out. 2016.

LABEDEV, Nádia. **Olhar Pela Primeira Vez: A Percepção do Estrangeiro**. Comtempo, Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Libero, v. nº2, ano 2, dez.2010. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/viewFile/7496/6917>>. Acesso em: 07 jan. 2017.

LIMA, Renata Mayara Moreira de. A Construção Social-Histórica do Turismo como Prática Moderna. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 2, n. 2, p. 66-85, jul. /dez. 2013.

Manual Tour Da Experiência, 2010, p. 11. Disponível em: <http://www.tourdaexperiencia.com.br/arquivos/manual_conceituacao.pdf>. Acesso em: 02 out. 2016.

MEENE RUSHMANN/, Doris Van de; SOLHA, Karina Toledo (org.). **Planejamento Turístico**. Barueri, São Paulo: Manole, 2006.

MORA, José Ferrater. **Dicionário de Filosofia**. Tomo II. São Paulo: Loyola, 2001. São Paulo. Editora Scipione, 1994.

MARCON, Elsa Maria Guerreiro; BARRETTO, Margarita. **O Turismo Como Agente de Desenvolvimento Social e a Comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões**. Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/24-o-turismo-como-agente.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2017.

NASCIMENTO, Isabella; MAIA, Adiel Ferreira; OLIVEIRA DIAS, Priscila Olívia de. **A Experiência Como Produto Turístico: Emoção e a Sensação do Novo e Diferente**. Turismo: Estudos e Práticas - UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www2.uern.br/index.php/turismo/article/viewFile/342/231>>. Acesso em: 19 jan. 2017.

NETTO, Alexandre Panosso; GAETA, Cecília. (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

PEZZI, Eduardo; SANTOS, Rafael José dos. **A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing**. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tpl/VSemTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/qt02/arquivos/02/09_Pezzi_Santos>. Acesso em: 19 jan. 2017.

SANTOS, Ágatha Alexandre. **Construção Social da Pessoa no Turismo: Um Estudo de Caso**. In. BADUCCI JR., BARRETO, Margarita (orgs.). São Paulo: Papyrus, 2001. p. 195-209..

SANTOS FILHO, João dos. **Espelho da História: O Fenômeno Turístico no Percurso da Humanidade**. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 5, num. 1, enero, 2007, pp. 69-80. España. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org/Publicados/5107/PS060107.pdf>> Acesso em: 13 dez. 2016.

SERRANO, Célia et al. **Olhares Contemporâneos Sobre o Turismo**. Coleção Turismo. 3. Ed. Campinas, SP: Papyrus, 2000. p. 17-80.

SIMMEL, Georg. "Sociabilidade: Um Exemplo da Sociologia Pura ou Forma. In: SIMMEL, **Sociologia**. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1993, pp.165-181.

SOARES, Tamara Coelho. **Características do Turismo de Experiência: Estudos de Caso em Belo Horizonte e Sabará sobre Inovação e Diversidade na Valorização dos Clientes**. 2009. Monografia apresentada ao Departamento de Geografia do IGC – UFMG para obtenção do título bacharel em Turismo.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: Para Uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens**. 3. Ed. Edição Comemorativa. rev. e ampli. São Paulo: Aleph, 2009.

URRY, John. **O Olhar do Turista: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

VIEIRA DE CAMARGO, Henrique Patto Pinho. **A Experiência Turística em Narrativas de Viagem: Uma Tentativa Antropológica no Ciberespaço**. Caxias do Sul, 2012.