

Regina Celi Lopes Lourenço

O Imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do Turismo

Margarita Barretto

Universidade de Caxias do Sul – Brasil

Resenha: O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do Turismo.

Trabalho apresentado para a avaliação a distância da disciplina Cultura Brasileira

Coordenador Maria Amália

Percebe-se a necessidade de um estudo sobre o homem e a humanidade de maneira totalizante, pois sendo o turismo o movimento de pessoas, há necessidade deste estudo para levantar questões sobre como planejá-lo e como melhorá-lo nas cidades. Apesar de o turismo não gozar, até agora, de prestígio acadêmico este tema sempre pareceu sem importância, sem relevância e sem valor científico houve necessidade de se começar a ter uma visão geral dos estudos de antropologia aplicados ao turismo, através de tarefas que já foram empreendidas, com diferentes enfoques, nos Estados Unidos, Inglaterra e Brasil. Para planejar o turismo com base na comunidade local, devemos, primeiramente, ter claro o conceito de comunidade, e, para isso, precisamos das ciências sociais.

Impactos do turismo nas culturas locais

também são discutidos e relativizados em função de outros fatores de aculturação, pois, apesar ser uma atividade destinada a salvar as economias do terceiro mundo, percebeu-se a ação predatória do turismo de massas, comparando os turistas com hordas dos povos bárbaros que deixavam um rastro de destruição.

O desgaste físico e mental do trabalhador faz com que ele deseje fazer uma viagem cuja prioridade é o descanso, pois sair de férias é “para desligar, relaxar”. As empresas de turismo e os hotéis, contudo, negligenciam a comunidade autóctone; Krippendorf chama a atenção para o turista que não se preocupa em manter contato com os visitados. Este autor destaca que, embora queira fugir do cotidiano, o turista moderno acaba fazendo coisas semelhantes às que fazia lá, no ambiente do qual queria escapar.

Outra questão no tocante à relação

turista-turismo de massa, Sociologia do Turismo destaca que esse modelo participa muito pouco na promoção da autorrealização. Para ser turista de massa, é preciso ser passivo. O turista acaba por rejeitar o ambiente estrangeiro e, quando entra em contato com o outro, toma atitude colonialista. A humanização do turismo não consiste em benefícios somente aos turistas. Ela se alonga e procura alcançar a cultura da comunidade daquela região, e vice e versa. A tese da humanização traria um turismo mais harmonioso entre as pessoas, mais adequado para quem recebe e, conseqüentemente, para aquele que é estrangeiro. O livro identifica uma época de mudanças da sociedade, que reflete sobre o turismo voltado para a descentralização, limites de fluxo, valorização regional, tanto de produtos como de serviços.

Estudos de antropologia estão, na atualidade, preocupados com os impactos de certas formas de turismo, especialmente o cultural e o étnico, e com a descaracterização e comercialização das culturas que eles provocam; abordam mudanças sociais em nível mundial, provocadas pelo turismo. A maior parte dos estudos do turismo, tanto no Brasil quanto no exterior, tem focalizado, principalmente, os impactos na cultura, os processos de aculturação e a questão da autenticidade. O maior volume de estudos científicos sobre turismo provém das ciências econômicas, que analisam o crescimento e a movimentação de capitais a partir da chamada "indústria" do turismo, ou seja, dos negócios turísticos: o turista se desloca por diversas motivações, visitando outros lugares e utilizando uma série de equipamentos e serviços especialmente implementados para esse tipo de visitação. São conhecendo muito profundamente a sociedade receptora e a sociedade emissora   que se pode minimizar os impactos ou interferências negativas e potencializar os positivos.

Para relativizar os impactos culturais e discriminar o que   desejável em termos de acultura o,   necessário entender o conceito de cidadania. O turismo não   o único fator de acultura o, muito menos no atual estágio de globaliza o da cultura propiciado pelas

tecnologias da comunica o. Também   preciso verificar realmente quais valores trazem bem-estar ao ser humano. Será que   correto manter uma popula o sem direito ao conforto contemporâneo, propiciado pela tecnologia para perpetuar uma "autêntica cultura caiçara ou rural"?

Ajudar a entender os processos psicossociais desencadeados pelo fen meno turístico seria uma enorme contribui o das ciências sociais para o planejamento equilibrado de um turismo responsável. Se, de um lado, esse planejamento trouxe muito dinheiro para os participantes nos negócios turísticos, os resultados, para as comunidades envolvidas, não estão muito claros. As técnicas de planejamento e marketing não d o conta desses desdobramentos.

CONCLUSÃO

Para tentar melhorar as rela oes no turismo,   necessário se aprofundar no grande paradoxo da rela o turistas-anfitriões. Apesar de não haver muitas pesquisas sistematizadas a respeito, as poucas existentes demonstram que, na verdade, os habitantes dos lugares turísticos que se beneficiam economicamente da presença dos turistas não estão precisamente interessados em recebê-los, mas, sim, no dinheiro deles. Os turistas passam a ser um mal necessário. Mal, porque sua presença  ncomoda; necessário, porque seu dinheiro faz falta. Os turistas, por sua vez, veem no habitante local apenas um instrumento para seus fins. O grande paradoxo do turismo   que essa atividade coloca em contato pessoas que não enxergam a si mesmas como pessoas, mas como portadores de uma fun o precisa e determinada. Ajudar a entender os processos psicossociais desencadeados pelo fen meno turístico, as expectativas, desejos, satisfa oes e frustra oes das popula oes anfitri as e dos turistas, as motiva oes para agir de uma ou outra maneira, a busca para além da simples viagem, a dinâmica cultural em que o turismo está inserido, a diversidade de interesses e necessidades sociais que o turismo afeta, enfim, seus dilemas e paradoxos, seria uma enorme contribui o das ciências sociais para o planejamento equilibrado de um turismo responsável.