

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL- PUCRS
ESCOLA DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Flavia de Brito Panazzolo

**TURISMO E FOTOGRAFIA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO DIGITAL:
NARRATIVAS SOBRE FOTOGRAFIAS DE VIAGENS TURÍSTICAS**

Porto Alegre, 2016

Ficha Catalográfica

P187t Panazzolo, Flavia de Brito

Turismo e Fotografia em tempos de Globalização digital :
Narrativas sobre fotografias de viagens turísticas / Flavia de
Brito Panazzolo . – 2016.

114 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em
Ciências Sociais, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Airton Luiz Jungblut.

1. Globalização. 2. Turismo. 3. Fotografia. 4. Internet. 5.
Narrativas. I. Jungblut, Airton Luiz. II. Título.

**TURISMO E FOTOGRAFIA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO DIGITAL:
NARRATIVAS SOBRE FOTOGRAFIAS DE VIAGENS TURÍSTICAS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Airton Luiz Jungblut

Porto Alegre

Flavia de Brito Panazzolo

**TURISMO E FOTOGRAFIA EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO DIGITAL:
NARRATIVAS SOBRE FOTOGRAFIAS DE VIAGENS TURÍSTICAS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em: ____ de _____ de _____.

Professor Airton Luiz Jungblut, Dr.

Presidente da banca – Orientador

Professora Cornélia Eckert, Dra.

Membro da banca

Professora Teresa Cristina Schneider Marques, Dra.

Membro da banca

Porto Alegre

AGRADECIMENTOS

Uma dissertação de mestrado exige grande dedicação por parte do pesquisador. É um trabalho que envolve diversas áreas do conhecimento e principalmente por pessoas que auxiliam e indicam o melhor caminho. Por isso só tenho a agradecer pelas contribuições:

Ao meu marido Pablo Varella Goulart pelo apoio, incentivo, compreensão e carinho.

Aos meus pais, Cenira e Flavio (in memoriam) pelos ensinamentos e valores de vida.

Aos meus irmãos e sobrinhos pela compreensão das minhas faltas nos eventos familiares aos finais de semana.

Ao orientador Airton Luiz Jungblut, pela paciência, confiança e disposição, foi fundamental para a conclusão deste trabalho.

Aos professores de mestrado em Ciências Sociais da PUCRS, em especial às professoras Dra. Lúcia Helena Alves Muller e Dra. Teresa Cristina Schneider Marques, por compartilharem seus conhecimentos, indicações e recomendações na banca de qualificação.

Às mais novas amigas, colegas de mestrado, companheiras, incentivadores, que sempre estiveram ao meu lado dando apoio, trocando ideias e experiências desde o início, Karina Reif, Ângela Ribas, Caroline Souto e Maralice Fernandes Xavier.

À professora Dra. Diney Adriana Nogueira de Oliveira pelo convívio amistoso dentro e fora da sala de aula, pelo incentivo, apoio e compreensão.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, funcionários, e por fim a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal e Nível Superior (CAPES) que me beneficiou uma bolsa.

VIAJAR – PRIMEIRO TE DEIXA SEM PALAVRAS, ENTÃO TE TRANSFORMA EM UM
CONTADOR DE HISTÓRIAS.

Ibn Battuta

RESUMO

A presente dissertação aborda a temática do turismo atual e a fotografia em um mundo globalizado. O estudo apresenta de forma sucinta a história do turismo, da fotografia e as relações existentes com a internet. Apresentaremos como os sites de viagens estão interagindo com os viajantes e se estes influenciam na busca de novos destinos turísticos ou apenas auxiliam nas dúvidas existentes. Nas narrativas de viagens, iremos apresentar através das imagens fotográficas, algumas diferenças em busca do novo, do exótico, do diferente.

Palavras Chaves : Globalização, Turismo, Fotografia, Internet e Narrativas

ABSTRACT

This dissertation deals with the theme of the current tourism and photography in a globalized world. The study presents briefly the history of tourism, photography and the relationship with the internet. Present as the travel sites are interacting with travelers and these influence the search for new tourist destinations or just help in doubts. In travel narratives, we will present through photographic images, some differences in search of the new, the exotic, the different.

Key Words: Globalization, tourism, Photography, Internet and Narratives

RÉSUMÉ

Cette thèse porte sur le thème du tourisme actuel et la photographie dans un monde globalisé. L'étude présente brièvement l'histoire du tourisme, la photographie et la relation avec l'Internet. Présent en tant que sites de voyage sont en interaction avec les voyageurs et ceux-ci influent sur la recherche de nouvelles destinations touristiques ou tout simplement aider dans les doutes. Dans les récits de voyage, nous allons présenter à travers des images photographiques, des différences dans la recherche de la nouvelle, l'exotisme, le différent.

Mots-clés: mondialisation, le tourisme, Photographie, Internet et Narratives

LISTA DE IMAGENS

Imagem 01 – Site TripAdvisor	53
Imagem 02 – Site TripAdvisor Hotéis	53
Imagem 03 – Site TripAdvisor Hotéis	54
Imagem 04 – Site Mochileiros.com	56
Imagem 05 – Autorretrato de 1839	58
Imagem 06 – Joana em Amsterdam	64
Imagem 07 – Igrejas em Amsterdam	65
Imagem 08 – Célia em Machu Picchu – relógio de pedra	67
Imagem 09 – Machu Picchu	68
Imagem 10 – Helena na Noruega	70
Imagem 11 – Helena em Moscou	71
Imagem 12 – Suzana em Manaus – imagem dança típica indígena	73
Imagem 13 – Suzana em Manaus – imagem do hotel	73
Imagem 14 – Maria no Museu Madame Tussands	75
Imagem 15 – Maria em um Cassino em Las Vegas	76
Imagem 16 – Camila – travessia de balsa	78
Imagem 17 – Camila – Paisagem local	79
Imagem 18 – Débora em fotografia na Índia	81
Imagem 19 – Débora em fotografia no Taj Mahal	82
Imagem 20 – Fernando em fotografia turística	83
Imagem 21 – Fernando em uma cachaçaria	84
Imagem 22 – Augusto - fotografia de uma escola em Londres	86
Imagem 23 – Augusto – fotografia da embarcação em Londres	87

Sumário

INTRODUÇÃO	11
1 A GLOBALIZAÇÃO	166
2 O TURISMO	277
2.1 AS FACILIDADES EM VIAJAR	311
2.2 OS TIPOS DE TURISTAS	333
3 A FOTOGRAFIA E SUA HISTÓRIA.....	35
3.1 OS CARTÕES POSTAIS	39
3.2 A IMPORTÂNCIA DA FOTOGRAFIA NO TURISMO	40
3.3 OS ÁLBUNS FOTOGRÁFICOS E A MEMÓRIA	42
3.4 AS FOTOGRAFIAS DIGITAIS.....	44
4 A RELAÇÃO ENTRE O TURISMO, A FOTOGRAFIA E A INTERNET	46
4.1 O SITE TRIPADVISOR.....	50
4.2 ANALISANDO O SITE MOCHILEIROS.COM	55
4.3 AS SELFIES E AS IMAGENS	57
4.4 BLOGS E SITES DE VIAGENS	60
5 NARRATIVAS DE VIAGENS TURÍSTICAS.....	62
5.1 OS VIAJANTES	62
5.2 AS NARRATIVAS DE VIAGENS	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS.....	111

INTRODUÇÃO

O mundo atual vem passando por inúmeras mudanças e algumas tendências têm sido evidenciadas no que diz respeito ao surgimento da globalização, a qual gerou um significativo incremento nas relações entre os indivíduos das mais diversas nações. Assim sendo, cabe ressaltar o surgimento de um ser humano mais individualizado e ao mesmo tempo mais sociável, que interage com os seus interlocutores de forma a expor mais a ele mesmo e ao ambiente em que vive o que muitas vezes é visto, por possuir excesso de exposição pessoal, forjado pelo desenvolvimento acelerado das novas tecnologias da informação, possibilitando, de forma praticamente instantânea, e quase sempre intencional, a divulgação de suas imagens, mensagens e de suas viagens ao redor deste mundo globalizado. Desse modo, o presente estudo visa a explorar essas infinitas possibilidades geradas por esse novo panorama mundial, relacionando-o com os segmentos do turismo, da fotografia e da internet.

Constata-se que o turismo, principalmente entre os mais diversos países, vem se consolidando com um novo paradigma mundial no que diz respeito as mudança comportamentais da sociedade moderna. Aqui destaca-se o fortalecimento dos direitos de ir e vir, uma vez que esses se somam ao desenvolvimento de um importante incremento na economia mundial, e possibilita um profundo avanço das relações interpessoais, o que beneficia também os mais diversos setores da sociedade, destacando-se neste trabalho, principalmente, os setores das telecomunicações e dos meios de transportes, o que proporciona um feedback positivo no que diz respeito à facilitação das viagens desses desbravadores.

Registra-se também que o turismo internacional vem rompendo barreiras e movimentando uma legião de milhões de pessoas em busca do desconhecido, do novo e de inúmeras experiências sensoriais o que possibilita um instigante encontro entre os mais diferentes povos do mundo. No turismo globalizado e atual não existem limites geográficos nem fronteiras, e quanto mais conectados os mundos estiverem entre si, mais diferenciadas serão as experiências turísticas a serem exploradas.

Observa-se também que a retração econômica atual não se coaduna com o aumento constatado do número de viajantes ao redor do mundo e que pelo contrário, há aqueles que defendem que o estímulo ao turismo possa minimizar as mazelas advindas da má gestão de governantes que influenciam esse crescimento negativo das riquezas dessas nações.

Para Mário Beni (2003), “a globalização é a aceleração das trocas de bens e de serviços, das informações das comunicações, das viagens internacionais e do intercâmbio cultural. É ainda a intensificação da interdependência das nações em função do enorme fluxo de comércio e de capitais, determinando o surgimento de mercados comuns”. (BENI, 2003, p.18)

A globalização, possibilitada principalmente pelo advento da internet em escala global, foi a grande facilitadora das transformações ocorridas nos setores do turismo e da fotografia, por promover a remoção das barreiras territoriais, socioculturais e econômicas, gerando, dessa forma, uma maior interação entre aqueles que controlam as economias mundiais.

O Turismo Moderno surgiu durante a Revolução Industrial, em uma época em que as pessoas passaram a buscar mais momentos de lazer e de relaxamento, visto que padeciam diante de infindáveis jornadas de trabalho decorrentes da economia mundial em expansão. Porém, foi após a Segunda Guerra Mundial que o turismo se desenvolveu mais significativamente em vista da expansão do capitalismo mundial e das empresas multinacionais que começaram a operar em diversos países. Nesse período, assistiu-se também à relevante emergência dos setores de comunicações e do transporte aéreo global, que criaram novas possibilidades para o comércio e para os negócios internacionais, desenvolvendo o turismo de massa conforme é conhecido hoje. (PANOSSO NETTO; TRIGO, 2009, p.35)

Faz se necessário ressaltar também, que durante a Revolução Industrial houve um importante intercâmbio de informações entre os países, e as novas tecnologias relacionadas ao advento da fotografia facilitaram esse processo.

Sabe-se que, com o passar do tempo, cada vez mais e mais pessoas passaram a trazer lembranças de outros países, seja por intermédio de cartões postais, seja pelo registro das imagens de suas viagens. Neste contexto, a

fotografia surge como forma de guardar as memórias e os momentos mais importantes da vida das pessoas, não só nas viagens, mas também nos momentos mais importantes, vivenciados por essas.

Posteriormente, no final dos anos 1980 a popularização da internet apareceu como um instrumento de divulgação do turismo e da fotografia ao redor mundo. Assim, esse novo instrumento de globalização aliado ao incremento da tecnologia da informação, tão badalada nos dias atuais, possibilitou também inúmeras melhorias no desenvolvimento de novos recursos tecnológicos, muito usados hoje em dia nos carros, aviões, navios, trens e outros, para melhor atender às necessidades da população mundial. Com essas tecnologias cada vez mais avançadas, os deslocamentos se tornaram muito mais rápidos e seguros.

O presente trabalho busca explorar a história e a evolução do turismo moderno, "linkados" com o processo de evolução da fotografia e com a influência da internet nesse mundo globalizado, por intermédio de narrativas de algumas pessoas sobre as suas mais variadas viagens. Assim, empiricamente, teremos o suporte necessário para identificar os tipos de turistas existentes ao redor do mundo, bem como a ilustração dos lugares por onde passaram e como a internet lhes ajudou nos registros de suas lembranças.

Para a realização dessa pesquisa, buscou-se, através de uma agência de viagens, encontrar pessoas que tivessem interesse em narrar uma viagem turística, e que pudessem, de preferência, anexar a essas suas imagens fotográficas. Com a colaboração desses participantes, optou-se por escolher as narrativas de viagens com os mais diferentes destinos, visando a evitar que houvessem histórias que pudessem se repetir. Primeiramente, foi feito o contato por telefone com cada uma dessas pessoas, escolhidas aleatoriamente, e marcados data e local dessas entrevistas, todas previamente agendadas. Após, enviaram-se e-mails explicando como seriam esses depoimentos, respeitando a disponibilidade de cada entrevistado.

Prontamente, as nove pessoas contatadas se colocaram à disposição e se dispuseram a colaborar da melhor maneira possível. Dentre as pessoas escolhidas, duas delas são moradoras de outras cidades, como São Paulo e Liverpool (Reino Unido) e as demais moradoras de Porto Alegre. O fator idade

também foi importante, pois se escolheram pessoas das mais variadas idades, para que se pudesse ter uma noção de como o turismo, a fotografia e a internet estão inseridos, interligados entre os mesmos, na vida dessas pessoas. Foram escolhidas pessoas entre 30 e 70 anos.

Iniciaram-se as entrevistas por meio de perguntas abertas, para que as narrativas não fossem influenciadas por perguntas sistematizadas, e para que houvesse uma maior fluidez das conversas sobre os mais diferentes assuntos relacionados a essas viagens. Todas as nove pessoas tiveram uma gravação dessas conversas e, juntamente a esses áudios, foram realizadas anotações em um bloco de notas. Todos os entrevistados mostraram fotografias de suas viagens e, ao final, escolheram duas das que mais lhes chamaram à atenção, seja pela beleza dessas, seja pelo simples fato de estarem presentes nessas imagens. O tempo médio das entrevistas foi de uma hora e meia.

Esta dissertação é composta, além desta introdução, por cinco capítulos teóricos, que contemplam, respectivamente:

No capítulo 1, intitulado: A Globalização buscou-se o entendimento para as mudanças ocorridas no século XIX e XX identificando as principais transformações no descobrimento da fotografia e no surgimento do turismo de massa. Para isso teremos os autores Antony Giddens, Ulrich Beck, Edgar Morin, Jacques Wainberg, Ulf Hannerz, entre outros.

No capítulo 2, intitulado: O Turismo trabalhou-se com uma breve história do turismo, buscando relatar o começo do turismo na antiga Grécia até os dias atuais através das várias etapas nesse processo evolutivo. Para auxiliar nesta pesquisa, iremos apresentar as facilidades em viajar hoje em dia, bem diferentes dos meios de locomoção de alguns séculos atrás. Destacaremos os tipos de turistas existentes e, para aprofundarmos estas questões, iremos utilizar alguns autores como Mario Carlos Beni, John Urry, Luiz Trigo, Margarita Barretto entre outros.

No capítulo 3, intitulado: A fotografia e suas histórias, indagou-se de uma maneira sucinta o surgimento da fotografia e sua história, um pouco sobre os cartões postais, a importância da fotografia no turismo com as primeiras imagens tiradas de lugares hoje importantes como o Egito, a Palestina, o Oriente e também Yellowstone. Os álbuns fotográficos como forma de

recordações e das memórias dos familiares, através de imagens guardadas. E mais atual, as fotografias digitais como sendo a evolução da técnica de guardar as imagens. Teremos o olhar de Boris Kossoy, Roland Barthes, Susan Sontag, Walter Benjamin, Philippe Dubois, Miriam Moreira Leite entre outros.

O capítulo 4, intitulado: A relação entre o turismo, fotografia e internet buscou-se apresentar como estes três assuntos se comunicam hoje em dia através de alguns sites que foram escolhidos por serem os mais utilizados, tais como o site Tripadvisor – uns dos sites mais acessados hoje em dia, por turistas e profissionais do turismo. O site mochileiros.com foi escolhido por buscar se diferenciar dos demais, oferecendo aos seus usuários a possibilidade de interagir entre eles. Neste capítulo também vamos trazer um pouco sobre as tão badaladas *selfies* e outras imagens, muito utilizadas, hoje em dia, na expressividade da pessoa e na busca pela sua identidade.

No capítulo 5, intitulado: As Narrativas foram utilizadas como objeto de análise, as fotografias que os entrevistados escolheram para apresentar e narrar à viagem que lhes foi mais importante. Também aqui optou-se por relatar as narrativas referentes à fotografia, memória e a escolha de se viajar com ou sem o auxílio de agências de viagem. Em suma, interrogou-se se a internet fazia parte de suas pesquisas antes de partirem para o destino desejado, e qual era a forma mais utilizada para armazenar suas fotografias.

Por último, foram apresentadas as considerações finais e as referências bibliográficas.

1 A GLOBALIZAÇÃO

A Globalização é marcada pela crescente importância da estrutura financeira e da criação, em escala planetária, do crédito. A problematização da globalização, até então, é um fenômeno atual. O momento privilegia as associações econômicas que, para se fortalecerem, adotam as mesmas medidas, facilitando o trânsito dos bens de serviços, e também de pessoas.

A formação dos blocos econômicos, a liberação de fronteiras políticas e ideológicas, os avanços das tecnologias de comunicações, além de outros fatores vem contribuindo para fortalecer a globalização da economia. A expansão da economia mundial é um fato que revela tendências de prosseguir neste rumo (NAISBITT, 1994), refletindo-se nos mais variados setores da vida humana que, para acompanhar esse desenvolvimento, deverão adaptar-se a esta nova realidade global.

O turismo globalizado é resultante da crescente liberalização 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 turismo. (BENI, 2003, p.19)

Ao longo dos anos o turismo vem mudando, e se intensifica a partir da década de 1950 quando houve uma grande necessidade de mudanças. A compreensão do turismo ultrapassa alguns setores convencionais da economia, pois se trata de um produto intangível, que não pode ser medido fisicamente e exige, para sua interpretação, dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental (MOLINA; RODRIGUEZ, 2001).

Para Beni (2003), o turismo é um componente das relações internacionais e da atividade diplomática, e a facilidade de acesso entre os países muitas vezes é uma medida indireta do grau de relações positivas entre eles. (BENI, 2003, p.20). O Estado, enxerga no turismo um campo fértil ao desenvolvimento da região com o crescimento de novos empregos, novos empreendimentos públicos e privados nas áreas da energia, transporte, telecomunicações, infraestrutura, meio ambiente e no desenvolvimento social.

A palavra turismo surgiu no século XIX, mas a atividade não é tão nova assim, suas raízes podem ser encontradas longinquamente. Algumas formas de turismo existem desde as mais antigas civilizações, mas foi no século XX, após a 2ª Guerra Mundial, que o turismo evoluiu. Os avanços tecnológicos nos transportes e nas comunicações também foram importantes para o crescimento do turismo, possibilitando uma diminuição dos valores, tornando a viagem mais acessível a um público maior. Entre 1950 e 1973, o boom turístico foi importante para o crescimento do turismo no mundo. A recuperação econômica dos países eleva os níveis de renda, fazendo surgir uma classe que começa a se interessar por viagens.

O turismo se desenvolve, a partir do momento em que as pessoas percebem a necessidade de ter momentos de prazer e ócio. A oportunidade de fugir da rotina, da poluição das cidades, e revitalizar o espírito que é bem-vindo aos olhos das novas classes de turistas que começam a surgir após as duas guerras que mudaram o mundo. A globalização facilitou os deslocamentos, favoreceu o aumento da curiosidade e do interesse pelos “outros”, pelas pessoas que estão lá, longe de nossos olhos.

O Turista é uma pessoa adorada em alguns lugares, odiada em outros, ou, ainda, recebida com indiferença. (TRIGO,1998, p.27). Alguns países, hoje em dia, perceberam o quanto o turismo/turista é importante para uma localidade, e por isso estão alterando sua maneira de recebê-los. Com as novas tecnologias, alguns países procuram se relacionar com os turistas de maneira mais direta, oferecendo maior interação para que os mesmos se sintam mais em “casa”.

A indústria do entretenimento, do cultural, ganha um padrão global de consumo, de padrões comportamentais internacionais e de intercâmbio. É um fenômeno social total. “Vivemos num mundo de transformações, que afetam quase tudo o que fazemos. Para o melhor ou para o pior, estamos sendo empurrados para uma ordem global que ainda não compreendemos na sua totalidade, mas cujos efeitos já se fazem sentir em nós”. (GIDDENS, 2000)

Vivemos em um mundo onde tudo tende a se interconectar. Uma cultura cheia de diversidades, uma rede de relações sociais onde as pessoas, mercadorias e comunicações se envolvem em um fluxo de significados. Um

mundo onde às histórias das sociedades quer próximas quer as mais distantes, se encontram.

A globalização e o turismo são temas que nas últimas décadas, vem sendo debatido por: sociólogos, psicólogos, antropólogos, economistas e também pelos políticos, pois é um processo que influencia as consequências na vida social atual. Conforme alguns autores, a globalização está corroendo as estruturas de uma sociedade, alterando comportamentos sociais, e acentuando as desigualdades. Para Antony Giddens (2000), o mundo em que vivemos agora não se parece muito com aquele que foi previsto. “Em vez de estar cada vez mais dominado por nós, parece totalmente descontrolado – um mundo virado do avesso”. (GIDDENS, 2000).

Com a diminuição das diferenças existentes através da globalização das comunicações e tecnologias, muitas pessoas são beneficiadas pelo intercâmbio científico, de ideias, de produtos, podendo assim criar grandes desenvolvimentos. A globalização permite a modernidade nos meios de transporte, na moda, na alimentação com novas ideias e possibilidades de desenvolvimento. A cultura mundial é criada através de um aumento mais intenso das culturas locais diversificadas, tendo um desenvolvimento de culturas sem apoio de algum território específico, ou seja, todas estão se tornando subculturas. (HANNERZ, 1990). É a forma como os mercados de diferentes países estão interagindo, fazendo com que as pessoas e mercadorias se aproximem mais. As tecnologias de comunicação, ao aproximarem as pessoas, tornaria o mundo cada vez menor. O fenômeno globalização iniciou na era dos descobrimentos, e se desenvolveu na Revolução Industrial. Foi uma mistura da consolidação do capitalismo, dos grandes avanços tecnológicos e da necessidade de expansão do fluxo comercial mundial.

O visto de entrada é permitido para todos em todo o globo, mas o visto de passaportes, ainda é muito necessário. A atual combinação da anulação dos vistos de entrada com o aumento dos controles de imigração tem uma profunda significação simbólica. (BAUMAN, 1998, p.95)

As fronteiras dos Estados foram derrubadas, como o foram para as mercadorias, o capital e as finanças. Para as pessoas do segundo mundo, os muros são muito altos, e não os permitem atravessá-los. Os controles de imigração, as leis de residência, a política de “ruas limpas” e “tolerância zero” ficaram mais altos. (BAUMAN, 1998, p.97).

Em uma perspectiva histórica, Hobsbawm (2005) destaca a Revolução Industrial Inglesa (1780) e a Revolução Francesa (1789), a partir da qual a industrialização, a expansão dos transportes e das técnicas de produção e as transformações subsequentes nos valores sociais, políticos e econômicos permitiam que, pela primeira vez na história da humanidade, fossem “[...] retirados os grilhões do poder produtivo das sociedades humanas, que daí em diante se tornaram capazes da multiplicação rápida, constante, e até o presente ilimitada, de homens, mercadorias e serviços [...]” (HOBSBAWN, 2005). Com a expansão dos transportes, o turismo pode se desenvolver e as pessoas começaram a viajar mais, exigindo melhores meios de transportes, hospedagens mais confortáveis, serviços de atendimentos mais competentes e locais de entretenimento nas cidades.

Tanto para Beni (2003) como para Morin (2001), a globalização é a aceleração das trocas de bens e serviços, das informações e comunicações, das viagens internacionais e intercâmbio cultural. (BENI, 2003). Em um mundo onde o movimento das pessoas está mais fácil, viajar passou a ser sinônimo de status, onde todos querem fazer parte deste novo modelo de viver. As fronteiras estão quase inexistentes, possibilitando um trânsito maior de pessoas por todos os lugares. A possibilidade de ir e vir possibilita com que um número maior de pessoas, busque nas viagens a satisfação de um desejo.

Conforme menciona Luiz GonzagaTrigo:

O turismo deixou de ser apenas um complexo socioeconômico para se tornar uma das forças transformadoras do mundo pós-industrial. Juntamente com as novas tecnologias (telecomunicações, engenharia...), o turismo está ajudando a redesenhar as estruturas mundiais, influenciando a globalização, os novos blocos econômicos e, em última análise, a nova ordem internacional. (TRIGO, 1998, p. 09).

Em nossa pesquisa, constatou-se que o turismo é um setor da economia que move milhões de pessoas para vários países em busca de prazer, conhecimento e férias. Cada vez mais, os lugares estão sendo padronizados com as grandes redes de hotéis, que se preocupam em oferecer seus serviços em lugares cada vez mais remotos e diferentes, oferecendo aos seus clientes conforto e segurança.

A indústria turística aprendeu a conceber produtos adaptados aos desejos dos turistas em qualquer lugar do mundo. A globalização provocou uma ampla disponibilização e acessibilidade em amplitude mundial dos produtos, das instalações e dos serviços turísticos. (BENI, 2003). Um exemplo é a criação do Magic Kingdom criada em 1955 nas proximidades de Los Angeles, e que com seu grande crescimento, possibilitou que fossem construídos vários parques em todos os destinos de grande concentração de consumidores. Podemos destacar outros destinos amplamente divulgados nos Estados Unidos, como Nova York, Flórida (com os seus novos parques temáticos da Disney, que atraem muitos turistas Europeus, turistas da América do Sul e do Oriente Médio), entre outros lugares como a Califórnia. (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p.174).

Como afirma Marc Augé (1997), embora a ficção queira até agora reproduzir fidedignamente um real imaginário, fundamento dos parques temáticos, atualmente é o real que imita a ficção (AUGÉ, 1997).

Para Marc Augé (1997), “o turismo é um arranjo do espetáculo, onde as imagens possuem o poder de estabelecer uma relação entre o indivíduo e o reflexo”. O turismo é, essencialmente, uma parte da humanidade que olha a outra como espetáculo. (AUGÉ, 1997).

Estes espetáculos são criados pelas Secretarias de Turismo e pelos Estados como forma de divulgação de seus atrativos turísticos. Através destas campanhas de marketing os turistas são atraídos pelo imaginário, como é o caso do Uruguai que manteve até a metade do século XX grandes campanhas publicitárias para atrair turistas dos países latino-americanos. (SCHNEIDER, 2006, p.147)

O turismo por ser uma indústria que aprendeu a criar imaginários. Ao longo dos anos, os países desenvolveram novos cenários para atrair cada vez mais turistas, que buscam por novos lugares e experiências, como é o caso de Dubai (que a cada ano desenvolve uma atração turística, a fim de atrair cada vez mais turistas para seu país, como a pista de sky artificial, e o Dubai Aquarium. (PANROTAS, 2016)). Outro destino muito procurado é a Tailândia, que anos atrás não estava em condições de receber turistas, e que hoje em dia investe no marketing turístico através de propagandas com belas paisagens de praias e de uma culinária diferenciada.

O Brasil também tem seu reconhecimento como destino turístico. A cidade do Rio de Janeiro é muito famosa em qualquer lugar do mundo, e todas as pessoas quando falam de Brasil, logo mencionam a cidade carioca, o carnaval e as belas praias como a imagem que possuem daqui.

O turista altera, polui, despreza, reduz os lugares e as pessoas, tornando-se superficial, mas ao mesmo tempo, o turismo é a indústria que mais cresce a cada ano, empregando muitas pessoas da população que contribuem para o PIB mundial. Conforme os dados da Organização Mundial do Turismo, em 2014, foi o quinto ano consecutivo de aumento no número de viajantes pelo mundo, contribuindo com 9% do PIB mundial. (EMBRATUR, 2015).

Autores como BARRETO (2007) e URRY (2001), subdividem os turistas em “peregrinos modernos” e “buscadores de prazer”. Os peregrinos modernos procuram uma experiência de vida, mais ligada a valores espirituais e culturais, e ao crescimento pessoal adquirido na viagem, ao passo que os buscadores de prazer privilegiam o cotidiano diferente e a diversão descompromissada.

Em nossa pesquisa, podemos constatar que a maioria dos turistas são instigados pelo desejo de conhecer, ou seja, são peregrinos modernos, mas que também procuram por padrões de conforto, mais ou menos parecidos com sua casa, por diversão, um pouco de descanso, conhecimento, ter visibilidade social e uma dose de fantasia se tornando buscadores de prazer.

Muitos turistas sempre tendem a procurar o distante, o diferente, desde que não seja tão estranho e tão diferente assim. Durante o século XX, a tendência era por viagens entre pessoas e locais próximos. Os europeus buscavam viajar na Europa, os americanos pela América do Norte e nós do sul,

pela América do Sul. Viajar entre os países vizinhos significa estar nas proximidades, estar em segurança, uma forma de se sentir protegido.

Existem muitos tipos de turistas em um campo muito diversificado. São os turistas familiares, os mochileiros, viajantes de um dia só, religiosos, educacionais, o social, e os que visitam amigos e parentes, entre outros. Estes viajantes não se preocupam mais em falar a língua local, com a globalização, a língua inglesa passou a ser a língua franca.

A barreira linguística, antes muito importante, já não é mais um empecilho para se viajar. Antes tínhamos que carregar dicionários, hoje os nossos I-phones, smartphones já possuem online traduções simultâneas. Precisávamos carregar máquinas fotográficas e rolos de filmes, hoje os nossos celulares fazem ótimas fotos, que possibilitam postar tudo instantaneamente, não importando onde estejamos, basta ter uma internet disponível para que tudo esteja publicado nas redes sociais.

Com as facilidades existentes hoje em dia, o turismo permite que o indivíduo/ turista busque nas férias uma motivação importante para viajar. Para Edgar Morin (2001), a busca pelo diferente é o que motiva as pessoas a viajarem para lugares nunca visitados.

Para Edgar Morin:

... Há uma busca qualitativa em todo o mundo, no modo de vestir-se, de viver, de passar férias – não mais o turismo para ver as coisas de fotografia, mas viver as experiências dos nativos, experimentar o local. (MORIN, 2001, p.52).

Mário Carlos Beni (2003) destaca que 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).

Com a abertura dos mercados nacionais e o livre comércio internacional (BENI, 2003), foi possível uma reestruturação familiar com a criação de

poupanças destinadas a viagens em família. Podemos ver as pessoas muito motivadas na realização de novas viagens.

A maneira como olhamos o outro, e o nosso imaginário, vão nos direcionar para a escolha que teremos nas próximas viagens. A tecnologia possibilita que nosso imaginário seja aguçado pelas belas imagens que podemos ver na televisão, nos computadores, em filmes, fotografias e folhetos de viagens. Alguns autores sugerem que os turistas devam construir suas próprias interpretações, modificar o roteiro prévio, para viver suas próprias experiências.

Há mais ou menos 50 anos atrás, viajar era o único meio de conhecer outros lugares, outros costumes, paisagens. Como vivemos atualmente no mundo da tecnologia, sociedade de mídia, da comunicação rápida, existe a possibilidade de se realizar viagens virtuais.

Cada vez mais, as pessoas estão se planejando, buscando informações e viajando mais. Com os avanços tecnológicos, e com a internet, as viagens não só podem se realizar como podem ser estudadas antes. Vários são as páginas e sites que disponibilizam informações sobre os lugares. Os turistas buscam se atualizar em blogs, sites de hotéis e de revistas de viagens. O *Google street view*, possibilita olharmos os lugares antes de estarmos lá, estudarmos as ruas, o que tem por perto, e se o lugar que desejamos conhecer, realmente é interessante. Esta ferramenta facilitou muito a vida das pessoas que adoram percorrer o mundo em busca de prazer e conhecimento.

O turismo está diretamente associado à globalização, que promove a intensificação e a queda das fronteiras culturais entre o visitante e o visitado. Mesmo com o turismo trazendo desenvolvimento e dinheiro, alguns moradores não se sentem confortáveis com suas cidades repletas de turistas.

Todas as mudanças ocorridas nos traços culturais geradas pela globalização interferem e influenciam no constante processo de reconstrução das culturas e suas identidades. “O pessimista poderá ver na globalização a maneira de destruir as culturas locais, de aumentar as desigualdades do mundo e piorar a sorte dos empobrecidos. A globalização, dizem alguns, cria um mundo de vencedores e vencidos, minorias que enriquecem rapidamente e maiorias condenadas a uma vida de miséria e desespero”. (GIDDENS, 2000)

Para Antony Giddens (2000), a globalização pode ser definida como a intensificação das relações sociais em escala social, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. Distância que com o passar dos anos tem se encurtado muito, pois as novas tecnologias estão permitindo isso. Os comportamentos globais nos últimos anos com o avanço das tecnologias, mais especificamente a internet, vem alterando a maneira como todas as pessoas do mundo estão agindo.

Os avanços tecnológicos possibilitaram o maior conhecimento. Hoje vivemos uma profunda revolução tecnológica. O surgimento da internet possibilita uma rapidez nas comunicações. Todas as pessoas que estão conectadas passam a ter a informação em suas mãos em questão de minutos, e as novas formas de comportamentos pessoais e profissionais são marcadas pelas diferentes culturas.

Para Edgar Morin (2001):

O desenvolvimento das comunicações, sobretudo nos últimos anos, com o fax, o telefone celular, internet, a comunicação instantânea em todos os pontos do planeta, é um fenômeno notável no sentido que pode ter efeitos muito positivos, que permitam comunicar, entender e intercambiar informações. (MORIN, 2001, p.42).

As transformações pelo qual a máquina fotográfica passou ao longo destes anos, possibilitaram que um instrumento pesado e caro fosse hoje em dia inserido em qualquer celular. Era um equipamento que poucas pessoas tinham à possibilidade de usar. Hoje, não existe um telefone que não tenha uma máquina fotográfica inserida nele. Tornou-se um equipamento barato e para todos.

Com as novas tecnologias, cada dia mais inovadoras, e a possibilidade de difusão de imagens digitais, a distância não é mais problema para muitas pessoas. A transmissão da imagem em tempo quase real está mudando a maneira de como as pessoas estão experimentando a experiência da viagem. A imagem é importante, e por isso que cada dia, turistas sentem a necessidade de clicar cada segundo da viagem para poder mostrar a um grande número de

peessoas, nas redes sociais, uma vida imaginada, criada naquele momento. Tudo em favor de uma nova necessidade de mostrar-se em uma nova experiência em sua vida.

...a fotografia desenvolve-se na esteira de uma das atividades modernas mais típicas: o turismo. Pela primeira vez na história pessoas viajam regularmente, em grande número, para fora de seu ambiente habitual, durante breves períodos. Parece decididamente anormal viajar por prazer sem levar uma câmera. (SONTAG, 2004, p.19-20)

O importante em uma imagem fotográfica é o registro de algo acontecido, fixado, congelado no tempo após um clique. Esta imagem registrada mostrará eternamente aquele momento congelado no tempo, e poderá ser apreciado por muitas pessoas em diferentes épocas, e com várias interpretações. Hoje com as redes sociais, podemos localizar, identificar e interpretar imagens na web em inúmeros aspectos, abertas à interpretação, particularmente em relação aos conceitos e experiências visuais e sociais daqueles que a observam.

Também tem o poder de nos impressionar, de nos comover, de nos incomodar, e de transmitir sentimentos diversos. Apreciamos fotografias, fazemos coleções, álbuns fotográficos, sites sociais, e que possibilitam narrativas através das memórias. Ela incita nossa imaginação, nos faz pensar sobre o momento em que a foto foi tirada, num tempo do passado em que aquele momento existiu.

No capítulo apresentado, que intitulamos A Globalização, descrevemos alguns conceitos sobre a globalização e também a crescente liberalização do comércio mundial que possibilitou na diminuição das fronteiras em relação ao turismo moderno. Através do turismo, a fotografia se expandiu para vários lugares do mundo, mas hoje em dia com as tecnologias e a difusão das imagens digitais, tudo passou a ser divulgado em tempo quase real.

No próximo capítulo, que intitulamos O Turismo, iremos apresentar um pouco da sua história, as facilidades em viajar hoje em dia, com os mais

diversos meios de transportes e também falaremos um pouco sobre os tipos de turistas existentes hoje em dia.

2 O TURISMO

Neste capítulo, o nosso propósito será nos debruçarmos no turismo como atividade importante e regulamentada, que movimenta milhões de turistas pelo mundo a cada ano. É uma atividade socioeconômica que gera a produção de bens e serviços para o homem visando à satisfação de diversas necessidades. É uma manifestação voluntária, decorrente da mudança ou deslocamento de pessoas temporariamente, envolvendo componentes fundamentais como o transporte, o alojamento, a alimentação e também do entretenimento (lazer, atrações).

Assim sendo, o turismo hoje é muito mais do que uma atividade econômica, é um fenômeno social, que está presente na vida de todos que participam dela, mesmo na diferença de classes, grupos, etnias e nações.

O turismo é compreendido como um fenômeno multifacetado que tem seus primórdios como uma atividade econômica organizada no final da Idade Moderna, mais precisamente no final do século XVIII, que vem crescendo junto às sociedades contemporâneas.

Segundo Margarita Barreto (1997):

O conceito turismo surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem. O pesquisador suíço Arthur Haulot acredita que a origem da palavra está no hebraico Tur, que aparece na Bíblia com o significado de viagem de reconhecimento. (BARRETO, 1997, p.43)

Em síntese, o turismo é uma atividade realizada através de uma viagem temporária para fora do seu local de moradia, por um período superior a 24 horas, motivada por vários fatores. É uma importante atividade econômica, que movimenta diversas categorias profissionais e responsável pelo desenvolvimento social, cultural e humano de uma cidade, região ou país.

Segundo Barreto (1995), turismo é:

Embora ainda alguns círculos, principalmente leigos, vejam o turismo apenas como a “indústria de viagens e prazer”, trata-se de algo mais complexo do que um

simples negócio ou comércio [...] o turismo é um amálgama de fenômenos e relações, fenômenos estes que surgem por causa do movimento de pessoas e sua permanência em vários destinos. Há no turismo um elemento dinâmico – a viagem – e um elemento estático – a estada. (BARRETO, 1995, p.12).

Alguns historiadores relatam que o turismo começou na antiga Grécia, entre os fenícios ou até mesmo bem antes. Alguns situam o início do turismo no século VIII antes de cristo na Grécia, porque viajavam para verem os jogos olímpicos, mas existem estudos que dizem que os fenícios foram os primeiros viajantes, por terem sido os inventores da moeda e do comércio. (REJOWSKI, 2002, p.19).

É preciso dizer que os gregos e romanos tinham um tipo de viagens, diferentes do turismo moderno de hoje, é necessário mostrar a diferença entre ócio grego (*otium*) e lazer contemporâneo. O *otium* para os gregos era a atividade que a classe dominante exercia. No século XVIII, o ócio, com algumas modificações, era um privilégio das classes mais abastadas. O conceito de lazer ainda não existia. Foi com o advento da sociedade industrial, e o aumento do consumo, que aos poucos as classes mais abastadas passaram a se preocupar em ocupar seus dias com o lazer. Mas esta mudança foi gradual, enquanto não existia o espaço casa/trabalho, as pessoas não entendiam o que era lazer, não sabiam para que servia. Aos poucos, ao final do século XIX, que o conceito de lazer, começa a surgir. Passará a ser uma necessidade. Após longos dias/horas de trabalho, será uma forma de recompor as energias. Com o tempo, será um bem de consumo. Assim serão criadas atividades específicas para direcionar o lazer e consumo.

Antes de o turismo moderno começar a se desenvolver, eram os artistas viajantes, naturalistas e cientistas que aproveitavam as expedições pagas pelo Estado para divulgarem através de seus desenhos, pinturas e narrativas as cidades conhecidas. Estes normalmente eram encarregados pela produção iconográfica que ilustraria os relatos de viagens. A partir de cartas, relatórios, diário de viagens, pinturas de paisagens e cidades, costumes, observa-se como era a vida naquela época. Muitos destes artistas faziam parte das

expedições em territórios recém-conquistados, com a finalidade de registrar a flora, a fauna e seu povo.

Surgiram novas formas de viajar e conhecer o mundo, e podemos constatar que existem linhas que dividem a história do turismo: a primeira é que o ócio, descanso, cultura, saúde, negócios ou relações familiares seriam um caminho que levaria ao turismo, muitas vezes motivados pelos deslocamentos migratórios, guerras e conquistas. O outro seria após a Revolução Industrial, com o objetivo do lazer nos finais de semana e nas férias.

Em seus estudos, Marustchka Moesch (2003), observa que o Turismo é um fenômeno social extremamente subjetivo e pessoal.

Sua concepção a respeito desse fenômeno baseia-se no paradigma da complexidade, segundo o qual este é uma prática social, ou melhor, um campo de práticas histórico-sociais que pressupõem o deslocamento dos sujeitos em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, um campo possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades e, portanto, explicitador de uma nova estética diante da busca do prazer (MOESCH, 2003).

O turismo além de ser uma prática social, faz parte da economia (negócio, comércio, serviços), além de atividade cultural e psicológica, deixando reflexos nas comunidades receptoras. Por outro lado, John Urry (2001) vê o turismo como:

O turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, 3nas sociedades 'modernas'. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras de ser 'moderno' e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados. (URRY, 2001, p.18).

Para existir o turismo, é necessário o deslocamento sazonal, fora da residência habitual, onde ocorra o uso de oferta turística. Existem muitos motivos que levam as pessoas a fazer uma viagem turística, como por exemplo: participar de eventos e/ ou negócios, conhecer outras cidades,

apreciar a gastronomia típica de uma região, conhecer outras culturas, aprimorar conhecimentos, praticar atividades de lazer, visitar parentes e amigos. Conforme Susana Gastal (2003), o turismo trabalha não apenas com produtos concretos, mas com imaginários tradicionais, aliados as viagens: a ideia de ir para um paraíso, de buscar cultura, de adquirir status. (GASTAL, 2003).

O turismo teve várias etapas históricas em seu processo evolutivo, e é possível identificar três: o pré-turismo (o Grand tour), o turismo (as concepções industriais) e o pós-turismo. (MOLINA, 2003)

- **O pré-turismo, ou Grand tour**, tem sua origem na Europa durante o século XVII, estendendo-se até o século XVIII. Eram realizadas pelos filhos mais velhos das famílias nobres e de ricos comerciantes, com o objetivo de melhorar a educação e de manter laços diplomáticos com as cidades mais importantes da Europa: Londres, Roma, Madrid e Paris.

Estas viagens duravam em torno de dois anos, e eram realizadas em companhia de servos e de tutores de confiança das famílias. Muitos destes caminhos eram dominados por bandidos.

- **O turismo industrial** teve sua origem no século XIX e se estendeu até a Segunda Guerra Mundial. Foi o surgimento dos hotéis urbanos, os primeiros destinos turísticos na América Latina, expansão do transporte e o desenvolvimento das praias no Mediterrâneo. Em 1841, Thomas Cook foi o primeiro a organizar uma viagem férrea fretada para 570 pessoas entre Leicester e Loughboroug na Inglaterra, com vários serviços inclusos com um único valor. Em 1863 Stangen fundou a primeira agencia de viagens, em Breslau, Polônia. Após 1950 o turismo teve um grande crescimento, pessoas em busca de sol e praia. Nessa fase o turismo se torna um fenômeno de deslocamentos massivos. O surgimento dos aviões comerciais, trens, ônibus e cruzeiros.

- **O pós-turismo** constitui uma nova categoria histórica, vem com novas alterações, novas tecnologias, e novos produtos competitivos. Os produtos típicos do pós-turismo são os *resorts* considerados como um produto da

“natureza perfeita”, e da mesma forma com que os parques temáticos buscam levar a consciência do turista a planos imaginários, deixando em prejuízo os pacotes de turismo de sol e praia. Exemplos destes parques surgiram nos Estados Unidos: Magic Kingdom da Walt Disney World, a Disneylândia, na Califórnia, e os parques na Europa e Japão. Em meados de 2010, o turismo de cruzeiros passou a atrair um número expressivo de turistas, que desejam conhecer em poucos dias vários lugares, com estrutura, diversão e segurança.

As características peculiares do mundo em que vivemos – facilidades, segurança e rapidez nos transportes e novas tecnologias – tem possibilitado o deslocamento crescente de turistas para vários destinos. (ANSARAH, 2001).

2.1 AS FACILIDADES EM VIAJAR

Nem sempre foi assim, a facilidade em viajar é coisa nova, moderna. A ideia da sociedade é de um mundo complicado, difícil. As novas tecnologias puderam mudar a vida das pessoas, facilitando cada dia mais. A viagem tornou-se para as novas gerações menos uma oportunidade para decifrar o mundo e mais uma evidência de falta de imaginação. (WAINBERG, 2003).

Conforme Diney Adriana Oliveira, no início do século XX, as viagens por lazer eram consideradas privilégio de uma minoria, um tipo de serviço elitizado, consumido apenas pelas classes mais abastadas. (OLIVEIRA, 2003).

Na Idade Média, quando os nobres e reis viajavam para visitar algum país, o faziam de forma mais confortável e elegante possível. Estavam sempre acompanhados de seus protetores. Já os viajantes mercadores, peregrinos, missionários não possuíam das mordomias dos nobres. Suas condições de viagens eram simples e eram realizadas em carroças, charretes, cavalos e burros sem o menor conforto. Não tinham alimentação fresca, e muitas vezes, eram assaltados. Com o passar do tempo, foram surgindo novos meios de transportes, hospedagens dignas, e com a industrialização, novas tecnologias foram aparecendo. A criação das estradas reais tanto na França como na Inglaterra, permitiam uma viagem mais rápida e com mais segurança. O trem passou de transporte de cargas para o transporte de pessoas. Os serviços

ferroviários foram adquirindo novos confortos e investimentos em ferrovias que poderiam ligar mais cidades e assim transportar mais pessoas para outros destinos.

Os navios também foram adquirindo mais adeptos, e foram se especializando em transporte marítimo de pessoas. Antes eram sem graça, com pouca estrutura, hoje são considerados resorts de luxo em alto mar.

Os aviões evoluíram, e começaram a transportar cada vez mais pessoas, em longas distâncias, com mais rapidez. É o transporte mais rápido, seguro e disputado pelos turistas.

Antes, as pessoas tinham que se programar com antecedência uma viagem, seja ela de navio ou trem. As pessoas levavam dias para chegar ao seu destino. Hoje com as tecnologias, podemos organizar uma viagem em poucas horas. A internet apareceu para possibilitar maior agilidade nas vendas das passagens aéreas, trens, cruzeiros, ônibus, hotéis. Somente quem tinha o conhecimento das viagens, eram as agências de viagens. Hoje, com as novas formas de vendas on-line, qualquer pessoa que possua uma internet pode comprar em qualquer horário suas passagens aéreas, reservar hotéis, tirar informações sobre os destinos de viagens sem precisar de um agente de viagens para isso.

Quando se chega aos aeroportos, muitas vezes não precisamos mais falar com um atendente, fazemos nosso *check in* em uma máquina, que possibilita uma maior agilidade nas reservas de lugares e confirmação do voo. Para quem faz uma reserva de hotel no próprio site, existe a facilidade de dois dias antes de chegar ao hotel, confirmar a reserva e disponibilizar o quarto e a chave. Esta agilidade é possível hoje em dia, por causa da internet, que está atuando em vários setores do turismo.

A internet, hoje, representa uma das principais tecnologias de informação e comunicação. Essa nova ferramenta trabalha, por meio de milhares de computadores interconectados, em diversas partes do mundo, permitindo a troca de dados e informações disponibilizados em uma ampla rede (SANT'ANNA; JARDIM, 2007, p.3).

O homem que conhece outros lugares, quando volta, tem uma leitura diferenciada do seu próprio lugar. Seus olhos, seu ser, estão modificados.

Modifica-se o seu “ser” e, conseqüentemente, o seu “estar”. Passa-se não apenas a olhar, mas a “ver” o seu lugar. Quebra-se o hábito da habitabilidade, resgata-se a identidade. (FERRARA, 1993).

2.2 OS TIPOS DE TURISTAS

Falou-se na existência de muitos tipos de turistas, que podem ser classificados por diferentes critérios. Estes podem variar de acordo com determinadas escolhas dependendo da época em nossas vidas. São os turistas familiares, os mochileiros, viajantes de um dia só, religiosos, educacionais, o social, e os que visitam amigos e parentes, entre outros.

Os turistas familiares buscam viajar em família (pai, mãe e filhos) e algumas vezes os avós viajam junto. Buscam por férias mais econômicas e que possam satisfazer a todos, como se hospedar em *campings* ou *trailers*, os chamados *self-catering* (auto abastecimento) ou em parques temáticos.

Já o turismo denominado de mochileiros, realizados pelos mais jovens, que viajam com apenas uma mochila nas costas e buscam a independência, diminuir os gastos, viajar para lugares menos usuais e sem limite de tempo para a realização da viagem. São turistas que muitas vezes buscam os mesmos guias de viagens que os demais viajantes mochileiros e por isso hospedam-se nos mesmos *hostels* e visitam as mesmas atrações.

Os viajantes de um dia só buscam em sua própria cidade e em cidades próximas, conhecer lugares que possam ir e voltar em um mesmo dia. Muitas vezes não gostam de longas distâncias, e preferem dormir em casa ao final do dia.

O turista religioso busca na sua viagem conhecer lugares religiosos, muitas vezes para pagar uma promessa ou apenas para conhecer mais algum lugar santo. É a forma de turismo mais antiga do mundo, com o maior fluxo de turistas do mundo, como é o caso dos muçulmanos à Meca e os católicos que buscam fazer suas peregrinações a Roma, Jerusalém, Lourdes e Santiago de Compostela. Muitos outros tipos de turistas utilizam de toda a infraestrutura das

idades religiosas para conhecerem as igrejas e catedrais em busca de relaxamento e experiências religiosas.

Há outro turismo, o educacional, que tem atraído cada vez mais estudantes de todas as idades, que buscam o conhecimento e a possibilidade de aprender novas línguas e experiências.

No turismo de amigos e parentes, os turistas geralmente não utilizam os serviços de hospedagem de uma cidade, mas fazem com que seus familiares e amigos tenham que sair com eles para conhecer os lugares turísticos, gerando assim uma grande fonte de negócios em restaurantes e atrações locais. Muitos destes turistas buscam este tipo de turismo como forma econômica e convencional.

Com a existência de tantas diferenças no turismo, é importante perceber que não se trata de um segmento homogêneo, e sim, um mercado que possui várias características. Mesmo possuindo muitas ramificações, todos estes turistas buscam da sua viagem o lazer e a diversão.

3 A FOTOGRAFIA E SUA HISTÓRIA

Neste capítulo, iremos apresentar a fotografia como forma de reprodução do mundo, inegavelmente, de forma mais precisa do que qualquer outra forma de representação. Como captação de um instante, a imagem fotográfica, foi utilizada desde a origem pelos produtores, desenhistas e pintores. Mas no turismo, o ato de fotografar reflete na prova concreta de uma viagem, assim como os significados, representações e emoções associadas a ela.

“As imagens fotográficas organizam nossas expectativas ou nossos devaneios sobre os lugares que poderíamos contemplar”. (URRY, 2001, p.187)

As transformações a que tem sido sujeita, acompanhadas pelo progressivo desenvolvimento nas tecnologias de informação e comunicação, mudaram a forma pela qual as pessoas criam, processam, partilham e guardam fotografias.

As imagens fotográficas mostram um momento captado das coisas, das pessoas, dos fatos, tal como foram clicadas, congeladas naquele tempo de sua existência. Fotografar passa a ser o ato de parar o fluir de uma imagem já existente, não o processo de obtenção e reprodução dessa imagem. (KUBRUSLY,1983). Podemos decifrar olhares e gestos, decifrar o que está ausente, e se possível descongelar aquele momento nem que seja por alguns instantes.

Segundo Dubois (1986), a imagem fotográfica é criada por inteiro: “um corte sobre o fio da duração e no *continuum* da extensão”. “Temporalmente a imagem-ato fotográfico interrompe, detém, fixa, imobiliza, desprende, da mesma maneira, fraciona, elege, isola, uma porção da extensão”. (DUBOIS,1986).

A fotografia é uma das invenções da Revolução Industrial, que veio para ficar. Houve um grande desenvolvimento das ciências com o surgimento da transformação econômica, social e cultural e a industrialização tornava tudo mais barato. (KUBRUSLY,1983).

A enorme aceitação que a fotografia teve, a partir da década de 1860, culminou pelo surgimento de verdadeiros impérios industriais e comerciais. Mas nem sempre ela foi aceita de maneira positiva. A população aceitou a fotografia como sendo um recurso extraordinário, mas alguns historiadores se recusavam a lançar mão da fotografia como fonte de pesquisa. Nos primeiros anos, a fotografia foi marcada por muita polêmica, alguns acreditavam em uma técnica precisa e exata, enquanto outros, como revolucionária no mundo das artes. Para Kubrusly (1983), a fotografia:

...trazia vários aspectos democratizantes: primeiro, um número muito maior de pessoas poderia empreender a aventura, antes restrita a uma elite, da transformação de suas emoções, pensamentos, modo de ver em imagem passível de ser difundida, analisada e criticada. Segundo, a fotografia tornou possível a qualquer pessoa a posse de imagens, e de início assumiu uma importância decisiva a posse de sua própria imagem – seu retrato. (KUBRUSLY, 1983, p.10).

A cultura exposta através de seus costumes, habitação, monumentos, mitos e religiões, políticos e fatos sociais passou a ser cada vez mais documentado pela câmera fotográfica.

Com a revolução industrial, verifica-se um enorme desenvolvimento das ciências em seus vários campos; surge naquele processo de transformação economia, social e cultural uma série de invenções que viriam influir decisivamente nos rumos da história moderna. A fotografia, uma das invenções que ocorre naquele contexto, teria um papel fundamental enquanto possibilidade inovadora de informação e conhecimento, instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística. (KOSSOY, 1989, p.14)

A fotografia é um substituto do imaginário, do real. “Diante dos primeiros retratos, muitas pessoas tiveram uma reação confusa e temiam olhar nos olhos do retratado, com a viva sensação de serem observados também”. (KUBRUSLY,1983).

Todos nós somos personagens da experiência fotográfica, porque todos nós guardamos fotos das experiências de nossas vidas, imagens que preservam nossas memórias.

A imagem fotográfica sempre foi um poderoso instrumento de veiculação de ideias e da manipulação da opinião pública, ainda mais no momento dos avanços tecnológicos, onde a publicação massiva de imagens possibilitou a multiplicação das informações e rápida divulgação.

Conforme Gisèle Freund particulariza sobre a fotografia:

A fotografia – a possibilidade de registrar mecanicamente uma imagem em condições mais ou menos análogas à visão – revelou não o caráter real da visão tradicional, mas, ao contrário, seu caráter de sistema. As fotografias são tiradas, ainda hoje, em função da visão artística clássica. (FREUND, 1974, p.17)

Para quem olha uma fotografia, não observa a tradição, e sim somente o instante. Em todas as culturas, podemos encontrar o registro em desenhos ou esculturas. Os egípcios tinham como escrita os hieróglifos, desenhos e símbolos que representavam suas ideias e cultura, escreviam em papiros, nas paredes das pirâmides, palácios e templos. Com o descobrimento do papel de seda, pelos chineses, a mais ou menos três mil anos, possibilitou que fossem registrados pelos samurais toda a sua cultura, e também difundida toda a cultura religiosa da região. (HOOKER, 1996).

Mas foi somente com o Renascimento que o desenho começa a ganhar força, retratando o cotidiano mais fielmente, pois na Idade Média não era possível, por ser uma técnica até então muito cara, e que era representada apenas nas paredes. O Renascimento traz o aperfeiçoamento da técnica da luz, sombras, proporções em telas.

A “câmara escura”¹ é um antecedente das câmeras fotográficas, mas apenas invertiam as imagens em salas escuras. Esta técnica já era bastante conhecida por Aristóteles e pelo óptico árabe do século XI, Al Azen. Em 1515, Leonardo da Vinci, já utilizava a técnica da câmara escura para auxiliar nos seus desenhos e pinturas. (SOUGEZ, 1996).

¹ A Câmara escura é uma caixa composta por paredes escuras ou opacas, que possui um orifício em um dos lados. Quando a luz entra, projeta a imagem real invertida no outro lado da parede, criando assim a captura da imagem.

Com a finalidade de captar imagens, as silhuetas surgem em 1750. Como técnica que tinha o objetivo de recortar o perfil de uma pessoa em papel preto. Esta técnica se difundiu rapidamente pela Alemanha e Grã-Bretanha, e depois para os Estados Unidos. (SOUGEZ, 1996).

Como muito bem descreve Gisèle Freund:

O fisionotráfico não tem nada a ver com a descoberta da técnica da fotografia. Contudo, pode-se considerá-lo como um precursor ideológico. (FREUND, 1989, p.31).

Com a Revolução Industrial, surge uma nova modalidade de projeção do desenho, através das “câmaras escuras”, que possibilitava o aperfeiçoamento de ordem óptica. Em 1806, o britânico William Hyde Wollaston, com uma lente periscópica, consegue remediar as aberrações das lentes esféricas até então usadas.

Em 1854, o fotógrafo francês André Adolphe Eugène Disdéri (1819-1889), cria um aparelho que permite uma tomada de oito cliques automáticos, iguais ou diferentes, em uma única “chapa”. Nasceram os cartões de visitas, que tinham 9,5 x 6,0 cm. Cartões que se tornaram febre para a grande massa que aproveitavam dos custos menores para fazerem fotografias suas e de suas famílias. Logo, surgiam os álbuns de famílias. Muitos fotógrafos da época, com as novas tecnologias, aproveitavam para registrar as famílias burguesas, uma nova maneira de representar o grupo familiar.

A prática fotográfica existe- e subsiste- a maior parte do tempo, por sua função familiar, ou, melhor dito, pela função que lhe atribuí o grupo familiar, por exemplo: solenizar e eternizar os grandes momentos da vida da família, reforçar, em suma, a integração do grupo familiar reafirmando o sentimento que tem de si mesmo e de sua unidade. (BOURDIEU, 1989, p.38)

Pierre Bourdieu (1989), colocou a fotografia como tendo limitações, servindo apenas para que as famílias pudessem registrar seus momentos felizes. Várias foram as formas e técnicas usadas para se chegar à fotografia, entre fins da década de 1820 e meados dos anos de 1860, vários indivíduos de diferentes lugares na Europa e das Américas, que isoladamente ou não, se

empenhavam com o objetivo de captar imagens. Em 1839, François Arago publicou na Academia de Ciências e de Belas Artes da França os nomes de dois pais da fotografia: Joseph-Nicéphore Niepce e Louis-Jacques Mandé Daguerre. Cada um com sua técnica, pois ambos apresentaram suas descobertas na mesma época.

3.1 OS CARTÕES POSTAIS

Quando viaja, o turista ou o viajante busca levar consigo impressões do lugar que visitou por meio de relatos que podem ser feitos durante a viagem ou após o retorno: são as fotografias em papel ou digitais, os vídeos ou os cartões postais. Estes cartões postais são uma das muitas formas de mostrar o que se viu e dizer que esteve lá.

Os cartões postais surgiram juntamente com as revistas ilustradas, representando uma grande revolução na história da cultura. As imagens do mundo real e as do universo da fantasia puderam se tornar acessíveis para a grande massa. (KOSSOY, 1999).

Ao longo dos séculos, as diferentes sociedades tem criado distintas formas de produzir, olhar, conceber, dialogar e utilizar suas produções imagéticas. Ao possibilitar o constante desejo de eternizar a condição humana, por certo transitória, a imagem fotográfica também desperta sentimentos de medo, angústia, paixão e encanto. Reúne e separa homens e mulheres, informa e celebra, reedita e produz comportamentos e valores. Comunica e simboliza. Representa. (BORGES, 2005, p. 37).

Os cartões postais viraram febre após serem comercializados em 1888, pelo fotógrafo George Eastman, que criou a Kodak². Foi à máquina de fotografia Kodak o primeiro aparelho fotográfico portátil, que possibilitava fazer até 100 imagens. Um ano depois, estas fotografias rivalizavam com a pintura, e logo passaram a retratar parte de vilas e cidades, paisagens, cenas da vida rural e urbana, de monumentos históricos e de lugares, que a cada dia mais passaram a ser objetos de desejo em viagens de lazer da burguesia.

² Kodak: máquina fotográfica criada em 1888, e que podia ser transportada para qualquer lugar com facilidade e que transformou a fotografia acessível para todos.

Boris Kossoy comenta que:

em 1899, quando do início da “idade de ouro” dos cartões postais (1900 – 1925), a Alemanha produziu 88 milhões de unidades, seguida pela Inglaterra com 14 milhões, Bélgica: 12 milhões e França: 08 milhões. Já em 1910, a França liderava essa indústria produzindo nada menos que 123 milhões de postais. (KOSSOY, 1999, p.64).

Com o grande número de postais circulando pelo mundo, podemos notar que os cartões postais sempre tiveram o interesse em encantar o olhar do observador, celebrar um imaginário, guardar uma memória e para os turistas em suas viagens, queriam mostrar a seus parentes e amigos que ele também participava do “avanço da civilização” em que estava conhecendo. (BORGES, 2005).

Este novo meio de correspondência logo chegou ao Brasil, vindo particularmente acompanhando a camada mais rica da sociedade brasileira. Fotógrafos conhecidos logo passaram a fotografar as grandes cidades, pois era de interesse da grande massa colecionar novos lugares como forma imaginária de viajar para qualquer parte do mundo sem sair de casa. (KOSSOY, 1999).

Produzidos a partir de uma ou mais fotografias, os cartões postais retratam inúmeros aspectos dos mais diferentes lugares, representando os traços, elementos, partes de um todo que não podem aparecer completamente.

3.2 A IMPORTÂNCIA DA FOTOGRAFIA NO TURISMO

O impacto que a fotografia criou alterou nos últimos cento e cinquenta anos a forma como a imagem visual é consumida. A troca de informações para uma grande parte da população do globo, através destas novas formas de ver o mundo e registrá-lo possibilitou que fossem acessadas as primeiras imagens de lugares antes nem imaginados.

Os viajantes que tinham como interesse registrar os lugares visitados, levavam junto aos seus pertences as máquinas fotográficas pesadas e seus equipamentos, entre suas viagens tanto na Europa como nos Estados Unidos. Estes primeiros fotógrafos tinham o interesse em registrar a fauna e flora do local, mas passaram a fazer registros dos povos e culturas, levando ao velho continente muitas informações a partir destas narrativas e fotografias da época.

A partir de seus postos de observação os fotógrafos deram início ao inventário da situação em que se encontrava o patrimônio arquitetônico do país, condição sine qua non para sua posterior restauração. Palácios, castelos, igrejas e pontes, monumentos aos heróis nacionais, enfim, o conjunto arquitetônico historicamente vinculado aos calendários civil, militar e religioso do passado francês tornava-se objetos do olhar fotográfico (BORGES, 2003, p. 93).

Os antigos viajantes tinham como interesse narrar o visto a partir da montagem de uma sequência de acontecimentos construída de acordo com valores e signos que formam seu espelho cultural. (BORGES, 2003).

A fotografia sempre é o primeiro contato que o turista / viajante tem de um destino. Impressa ou digital, por meio de papel ou nas redes sociais, as imagens sempre aproximam ou distanciam os turistas do local desejado para se conhecer. A fotografia é responsável pela divulgação dos destinos turísticos. Sempre estão estampadas em cores e versos, cheias de informações.

As primeiras fotografias comercializadas datam de 1851 e foram publicadas no Álbum photographique de l'artiste. Em 1852 o álbum era sobre o Egito, a Núbia e a Palestina. Algumas imagens foram feitas por Maxime Du Camp, e teve a companhia de Gustave Flaubert em sua viagem ao Egito e ao Oriente. (SOUGEZ, 1996). Outro fotógrafo da época foi Francis Frith, que fez mais de 200.000 imagens sobre o Egito e a Palestina entre 1856 e 1860. (SOUGEZ, 1996).

Estes fotógrafos exploradores buscavam registrar todos os tipos de paisagens e lugares diferentes, como é o caso de Carleton Watkins, que fotografou entre 1860-1861 o Vale de Yosemite na Califórnia. Outro lugar muito conhecido é o Yellowstone nos Estados Unidos, que foi fotografado em

1869 por Henry Jackson, contribuindo para que este parque fosse conhecido e se tornasse hoje um Parque Nacional.

Grandes fotógrafos europeus também estiveram no Brasil (alemães, franceses, suíços, espanhóis, portugueses) entre outros, para registrar a flora, fauna e a vida social nas cidades, vilas, sertões. O fotógrafo materializava o imaginário europeu sobre a vida das populações selvagens e primitivas que moravam abaixo da linha do Equador. (BORGES, 2005).

As fotografias servem para deixar registrado bons momentos e até mesmo lugares antes nunca visitados como uma forma de apropriação do lugar.

A imagem, com toda sua carga de realismo, não mostra a verdadeira história, apenas o registro, a aparência, o momento. As fotografias que são divulgadas, que fazem o marketing turístico de alguma região, cidade ou país, mostra só aquele momento, e não a história que existe por trás dela. Para a fotografia mostrar uma história, é necessário que se tenha uma narrativa ou uma sequência de imagens. Sem isso, não poderemos em primeiro momento decifrar a história que se passa por trás da imagem, sem conhecer o lugar.

3.3 OS ÁLBUNS FOTOGRÁFICOS E A MEMÓRIA

As imagens são sempre históricas e dependem das variáveis técnicas e estéticas do contexto histórico que as produziram. Possuem diferentes visões do mundo, e guardam na sua superfície a marca do passado de quem as produziu e consumiu. Um dia já foi memória presente, próximas àquelas que as possuíam, as guardavam e colecionavam como relíquias, lembranças ou testemunhos. (MAUAD, 2008).

Utilizamos as fotografias como forma de registrar momentos agradáveis e recordações para um futuro próximo. Boris Kossoy demonstra que:

Os homens colecionam esses inúmeros pedaços congelados do passado em forma de imagens para que possam recordar, a qualquer momento, trechos de suas trajetórias ao longo da vida. Apreciando essas imagens, 'descongelam' momentaneamente seus conteúdos e contam a si mesmos e aos mais próximos suas histórias de vida. Acrescentando, omitindo ou alterando fatos e

circunstâncias que advêm de cada foto, o retratado ou o retratista têm sempre, na imagem única ou no conjunto das imagens colecionadas, o start da lembrança, da recordação, ponto de partida, enfim, da narrativa dos fatos e emoções. (KOSSOY, 1999, p.138).

Assim, estas fotografias costumam ser guardadas como momentos fixos de um tempo bom, que tiveram como interesse em primeiro momento fixar a imagem da pessoa retratada como cartão de visita, depois como cartões postais, que serviriam para mexer com as imaginações individuais e coletivas, referente á um país distante ou até mesmo cidades próximas, e depois passaram a ser com o tempo, utilizadas por famílias abastadas como forma de deixar uma documentação fotográfica. Eram realizadas em casamentos, de casais, de famílias, de piqueniques. (LEITE,1993).

Quando olhamos uma fotografia, esta possibilita que possamos relembrar o momento em que foi tirada, trazendo com isso as experiências, as pessoas que estavam lá, os acontecimentos. Os retratos de famílias que antes marcavam a situação ou troca de uma categoria social, hoje em dia passou a fazer parte dos rituais mais amplos, como a passagem da criança a fase adulta, de solteiro para casado, de vivo a morto. Estas fotografias quando colocadas em álbuns, vistas apenas pelas pessoas que as conservam e contemplam, possuem um sentido diferente daquele publicado em redes sociais. A fotografia funciona como índice do que foi e por onde a pessoa passou. (LEITE, 1993).

Baudelaire (1859) se refere às coisas que devem ser preservadas pela fotografia, garantindo lugar nos arquivos de nossa memória. Ao dizer que a fotografia tem a tarefa de permitir que nos lembremos das coisas, assumimos que nossa memória está em constante apagamento e que precisa ser regularmente realimentada.

As fotografias que passam a ser guardadas, colecionadas como recortes de memória por um número cada vez maior de pessoas graças aos processos de industrialização e a popularização da fotografia.

O simples ato de fotografar possibilitou a construção das memórias familiares, na sociedade ocidental. Muitas famílias possuíam os guardiões de memórias, pessoas que eram responsáveis por tirar e organizar os álbuns de famílias. Estas fotografias são lidas e interpretadas conforme a memória

coletiva ou destes documentos que traduzem valores, ideias, tradições e comportamentos que permitem tanto recuperar histórias, como também operar sobre as representações que deles ainda hoje perduram e atuam como elemento de coesão social para seus descendentes. (LE GOFF, 1985).

O álbum de família guarda recordações que a memória não deve esquecer. O álbum de fotografias torna-se o objeto de memória por excelência, pois possuem imagens reais, que retornam ao passado por suas bisavós, avós, tios, primos etc., que através das poses e trejeitos, transmitidas pelas tradições possibilitam que as gerações conheçam quem foram e como foram. Os rostos não envelhecem na fotografia. A fotografia é simultaneamente presença e ausência.

3.4 AS FOTOGRAFIAS DIGITAIS

Após pouco mais de um século e meio de evolução da técnica das imagens geradas pela câmera, acompanhamos uma grande transformação, uma reinvenção da fotografia que vem nos trazer seus novos usos sociais.

A câmera imita o olho produzindo a fotografia, criando a ilusão do real. A imagem digital imita a aparência da imagem produzida pela câmera, fazendo passar-se por fotografia e, conseqüentemente, por real. Com a evolução tecnológica das câmeras digitais, a qualidade das imagens geradas melhorou de forma significativa. A possibilidade de visualização imediata do resultado das fotografias, a eliminação do custo com filmes e sua revelação, tem sido descritas como as principais vantagens da utilização da fotografia digital.

Mesmo nos modos de captação digital, a mudança se dá basicamente na maneira de registrar a luz e armazenar a imagem, trocando o suporte fotoquímico por sensores e memórias eletrônicos. O princípio geral da formação das imagens não mudou.

As imagens digitais podem ser copiadas infinitamente, várias vezes iguais, sem guardar qualquer marca da sua clonagem. Não há como decidir qual é a primeira, a original, de tão perfeitas que ficam. Nas fotografias convencionais, cada cópia será diferente, pois o material será diferente, e a imagem poderá sair com mais brilho, mais fosca, opaca.

Na fotografia digital, a imagem pode ser facilmente alterada. Nas ferramentas mais básicas de qualquer computador - e hoje em dia disponíveis de qualquer aplicativo de celular - podemos retocar, colar, clonar qualquer imagem, e depois disso salvar como se fossem originais, sem deixar qualquer vestígio. Também podiam ser manipuladas as fotografias convencionais, mas demoravam mais e eram facilmente descobertas, pois deixavam vestígios materiais mais evidentes.

Podemos dizer que a simulação fotográfica, hoje em dia pelas facilidades das manipulações e ausência de rastros, questiona a credibilidade da fotografia, sua história e seu caráter documental.

Por outro lado, as fotografias digitais permitiam a globalização das imagens, pois estão em todos os lugares, e em todas as redes sociais. Fazem parte do nosso dia a dia, sem que possamos perceber.

Com as máquinas digitais, é possível a visualização das imagens pelo visor imediatamente após a fotografia ter sido gerada, evitando assim repetições desnecessárias ou o descarte da imagem não desejada. A possibilidade de clicar várias imagens sem se preocupar com quantas fotografias podem ser tiradas, facilitou a vida dos turistas e viajantes, que adoram trazer de suas viagens milhares de fotografias em suas câmeras digitais.

Dos nossos entrevistados, a maior parte utilizou as fotografias digitais para complementar sua narrativa. Apenas duas das entrevistadas apresentaram fotografias reveladas.

4 A RELAÇÃO ENTRE O TURISMO, A FOTOGRAFIA E A INTERNET

Conforme mencionado anteriormente, o turismo é um fenômeno social que surgiu como atividade organizada no século XIX, tendo se projetado como fenômeno de massa após 1950. Com a regularização do trabalho, a conquista do tempo livre nos finais de semana, a melhora nos meios de transportes foram alguns dos fatores que contribuíram para o desenvolvimento dessa atividade em vários países do mundo.

Paralelamente ao turismo, surge a fotografia. Observa-se que as fotografias são uma forma significativa para a linguagem da imagem, alterando a forma como as pessoas estavam acostumadas a perceber o mundo.

Nos últimos 20 anos houve uma popularização da fotografia que evoluiu e se perpetuou, demonstrando um avanço importante no que diz respeito às imagens no mundo contemporâneo. A divulgação das imagens e fotografias pessoais se dá muito ao fato de existir a internet e as redes sociais, facilitando a divulgação e a popularização das imagens. Esta facilidade se deve ao fato que tudo se encontra na internet, todas as possibilidades, a idealização de uma viagem até as companhias aéreas, hotéis, serviços, dicas de viagens e fotografias dos locais mais importantes e inóspitos do nosso mundo.

Conforme Lucia Santaella (2004), a internet e o ciberespaço se referem a um sistema de comunicação eletrônica global que reúne os humanos e os computadores em uma relação simbiótica que cresce exponencialmente graças a comunicação interativa. Trata-se, portanto, de um espaço informacional, no qual os dados são configurados de tal modo que o usuário pode acessar, movimentar e trocar informação com um intocável número de outros usuários (SANTAELLA, 2004, p. 45).

Com estas novas tecnologias e as novas ferramentas foram possíveis a interação, a colaboração e o intercâmbio de informações em tempo real. Com a internet, novas formas de se trabalhar surgiram, tornando o mundo mais complexo e interdependente. Muitas profissões surgiram com a internet, outras muitas tiveram que se adaptar, e outras foram extintas. Ainda muita coisa

mudará, pois a cada dia surgem novos programas e equipamentos modernos que de uma hora para outra implicarão na extinção de algumas profissões. De acordo com Manuel Castells (2000), estas mudanças tecnológicas também afetaram a sociabilidade, as formas de interação social. Castells (2000) afirma que a internet é um instrumento que desenvolve, mas que não muda os comportamentos; ao contrário, os comportamentos apropriam-se da internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são.

Hoje em dia, as pessoas fotografam qualquer imagem que consideram importante, usufruindo da tecnologia digital, seja com uma câmera digital ou celular. Para Santaella, uma das características da internet é permitir que os meios de comunicação possam atingir os usuários e obter um feedback imediato, com um dos tópicos centrais da comunicação sendo a interatividade. (SANTAELLA, 2004).

A internet é um sistema multimídia, que possibilitou a comunicação de pessoa a pessoa, e por isso que hoje em dia os blogs de viagens e sites especializados, estão crescendo e encontrando mais seguidores. Os blogs de viagens, geralmente são escritos e criados por pessoas comuns, que tem por objetivo publicar suas viagens e trazer o bem maior de qualquer passeio: a experiência e o registro fotográfico. Mas hoje em dia, às pessoas tem se aperfeiçoado nas tecnologias, e produzem sites interessantes e cheios de informações válidas. Todos eles, cada um ao seu modo, ajudam na construção dos destinos que visitam.

Cada blog ou site possui uma característica própria, mas todos desejam informar seus seguidores com os destinos mais diferentes possíveis, tentando sair do habitual.

No blog Turista Profissional (<http://www.turistaprofissional.com>), os viajantes que o criaram, realmente viajam para os destinos ali publicados e sempre disponibilizam roteiros com dicas e fotografias dos lugares. Em um dos sites onde fazem as publicações, possuem 59 mil seguidores. Neste blog, várias pessoas acompanham este casal pelas suas aventuras no mundo. Abaixo de cada post publicado, existe a possibilidade de comentários, e muitos tiram dúvidas sobre clima, gastos semanais e até sobre roteiros. No caso do Turista Profissional, percebemos que a criadora do site se tornou uma agente de viagens, possibilitando a troca de informações online. Neste blog, as

informações são experiências próprias, e eles também contam todos os problemas que tiveram, como as oportunidades e sortes no decorrer da viagem.

No site Viaje na Viagem (<http://www.viajenaviagem.com/>), o autor é um expert em turismo. Possui uma conta em um site com 305 mil seguidores. Com certeza é um site dos mais antigos e mais completos. Os roteiros publicados no seu site são detalhados, com fotografias, dicas, mapas e rotas mais fáceis e rápidas. Os comentários são os mais diversos possíveis, e as pessoas deixam dicas, elogios e várias perguntas. As perguntas se assemelham as do blog acima, como dúvidas simples, que vão desde o tempo de viagem até o valor gasto semanalmente. Estes sites estão linkados a outros, possibilitando um número maior de visualizações, tanto entre os viajantes como os profissionais em viagens. É um site de fácil compreensão e com muitas informações e dicas.

Analisando os blogs e sites de viagens, percebemos que muitos estão conectados por links, e que os comentários e dúvidas sempre são parecidos. Todos possuem contas em redes sociais, e possuem seus próprios sites e blogs, facilitando a divulgação para muitas pessoas.

O blog Aprendiz de Viajante (<http://www.aprendizdeviajante.com/>), também possui muitos patrocinadores, como o Booking.com, Trivago e uma locadora de carros. Possuem 766 mil seguidores, e o site é muito fácil de percorrer, bem explicado e atualizado. Nele qualquer pessoa pode descobrir dicas interessantes, como por exemplo, as medidas de sapatos e roupas, tanto na Europa como nos Estados Unidos. Este blog é escrito por três mulheres que moram em cidades muito diferentes. E todas elas adoram viajar e tirar fotografias. Possui um espaço onde as pessoas podem tirar suas dúvidas e dar suas opiniões sobre algum lugar publicado. Muitos comentários são para agradecer as dicas de viagens e elogiar.

Em outra página na rede social, o site Viajo Logo Existo (<http://www.viajologoexisto.com.br/>), possui 634 mil seguidores, além de linkarem outros sites onde publicam as experiências vivenciadas pelo mundo durante quase três anos com vídeos, fotografias e um pouco do dia a dia do deles. Com a experiência, já publicaram alguns dvd's, livros e e-books. Os proprietários fazem um diário completo das viagens e dos lugares por onde estão, e muitas vezes comentam em vídeos os problemas que encontraram

para despachar o carro entre os continentes, em conseguir o visto de entrada em algum país ou ainda as dificuldades em se acostumar com a alimentação diferenciada de cada lugar.

Alguns destes sites são desenvolvidos por pessoas que moram em outros países, longe do Brasil, e possuem a possibilidade de conhecer lugares próximos de onde moram, por serem países pequenos.

Na moda dos sites, grandes empresas de turismo aproveitaram para investir nesta nova ferramenta, facilitando a vida das pessoas que adoram pesquisar tudo na internet. Muitas vezes fazem promoções que nenhuma agência de viagens consegue oferecer, ou então, possuem preços sempre diferenciados, para que os turistas e viajantes possam investir mais comprando direto.

Podemos citar alguns sites que facilitaram a vida das pessoas na hora de comprar passagens aéreas, reservar hotéis e serviços on-line. Abaixo alguns sites mais famosos: TAM (www.tam.com.br), GOL (www.gol.com.br), Decolar (www.decolar.com), Kayak (www.kayak.com.br), ViajaNet (www.viajanet.com.br), Trivago (www.trivago.com.br), Submarino (www.submarinoviagens.com.br), TripAdvisor (www.tripadvisor.com.br), Booking.com (<http://www.booking.com/>) entre outros, que buscam oferecer aos turistas/ viajantes todas as informações detalhadas, com dicas, reclamações, avaliações das próprias pessoas que viajam e expõe suas opiniões em sites como é o caso do Tripadvisor.

Estas informações online postadas nas redes sociais ou sites de viagens com dicas, fotografias, ajudam os turistas na criação de expectativas sobre o que podem ver e experimentar no destino. Estes novos domínios, fazem do turista um viajante que procura, incessantemente, pelas informações baseadas nas outras experiências e pelo desejo de experimentar coisas novas.

Os turistas são movidos pelas imagens, e as fotografias postadas nestes sites e blogs podem motivar ou desmotivar o turista a decidir-se por visitar ou não uma localidade em função da imagem que este destino turístico possui. As fotografias criam, portanto, um conjunto de experiências e percepções de uma provável viagem para a localidade desejada. O marketing é uma segmentação estratégica para a divulgação e também uma maneira de atrair

um determinado público para um lugar específico. (PANOSSO NETTO; TRIGO, 2009, p.134).

Alguns exemplos de lugares divulgados pelos Estados e pelo marketing turístico são: os Estados Unidos com procura por Nova York, Las Vegas e Disney, na França a procura por Paris e no verão pelas suas praias ao sul, na Espanha o Caminho de Santiago de Compostela, em Dubai os seus novos entretenimentos como a estação de sky em pleno deserto, e recentemente Portugal buscando atrair mais turistas com a divulgação de suas belas praias, culinária e castelos.

A mídia com suas belas reportagens, as revistas de turismo, os panfletos, tudo isso facilita na procura por um destino. As pessoas buscam muito o visual, o que é bom para os olhos, como belas paisagens, praias com um mar que possui águas cristalinas e calmas, praias com coqueiros e desertas, ou então cidades que possuem muitas atrações como compras, museus, cassinos, bares, restaurantes. Sem falar nas cidades da serra que são um destino de grande procura no inverno, por terem um clima diferenciado, comida típica de frio e paisagens aconchegantes. As pessoas que tem costume de viajar, seja por agencia de viagens, ou adquirindo sua viagem pela internet, sempre buscam algumas dicas no site do TripAdvisor, que para muitos se tornou um guia de viagens atualizado, seguro e de confiança.

4.1 O SITE TRIPADVISOR

Como mencionado anteriormente, a internet se tornou essencial para todos em segmentos do turismo, porém com as novas ferramentas (blogs e sites de viagens), estes sites passaram a atuar como principal concorrente destas empresas. (LANG, 2000) O TripAdvisor, se tornou um destes sites, que no primeiro momento tinha como objetivo auxiliar as agências de viagens, e hoje, é uma ferramenta concorrente. Achei interessante mencioná-lo, por ser

um site completo, com informações atuais e possui um numero elevado de pessoas que utilizam o site como referência de pesquisa.

A ideia deste site começou no ano de 1999, quando Steve Kaufer e sua esposa decidiram que iriam tirar férias. Voltaram da agência de viagens e foram procurar mais informações do hotel na internet, buscando aprimorar as suas informações com as de outros viajantes, quando perceberam que não existiam muitos dados, e que as fotografias eram as mesmas do que estavam nos panfletos. Não queriam criar um site ao modelo tradicional dos guias de viagens, então adotaram uma postura mais informal, onde os próprios internautas pudessem comentar os serviços de hotéis, companhias aéreas, locadoras de carros, restaurantes, museus e demais atrações turísticas.

É um site atualizado e que possibilita qualquer pessoa obter informações de um determinado destino. Inicialmente, o site era utilizado como ferramenta de ajuda para os agentes de viagens, mas com o tempo, muitas pessoas optaram por buscar informações no site por se tratar de uma ferramenta acessível para todos e com dicas atuais.

Ao pesquisar um hotel 3* em Miami, por exemplo, encontram-se algumas informações necessárias, como: localização, valor da diária, tipo de quarto, tipo de alimentação incluída, e demais comodidades que o hotel oferece. Nesta mesma página, o hotel coloca fotografias de como são as acomodações comuns e como será o quarto escolhido. As imagens postadas no site do hotel, algumas vezes são contestadas pelos hóspedes, por não corresponderem ao que foi anunciado. O site TripAdvisor possui um canal de avaliações, possibilitando que os usuários dos serviços postem suas reclamações, seus elogios e dicas.

As principais questões avaliadas na hora de escolher um hotel são: localização, quartos, atendimento, custo-benefício, limpeza e qualidade do sono. Os frequentadores do site qualificam os hotéis como: para famílias, romântico, para viajantes sozinhos ou para negócios. Todas estas informações estão localizadas na página da avaliação e informação do hotel no site.

Para a opção de escolha dos hotéis, este site realmente oferece todas as opções, desde cinco estrelas até as pousadas. A descrição detalhada das informações do hotel, e as fotografias, levam o turista a imaginar suas férias neste hotel, seja pela beleza, localização ou preço.

Analisando as fotografias postadas pelos viajantes, de um hotel escolhido como exemplo, percebemos que algumas estavam exatamente iguais as imagens que o hotel postou - imagens da piscina, café da manhã, recepção, estacionamento, academia, flores do jardim e quartos (móveis) estavam idênticas. Para alguns hóspedes, as acomodações não ofereciam a qualidade desejada, por isso utilizaram o site para postarem suas imagens com os problemas identificados: como problemas na limpeza, alguns lençóis sujos, armários com as portas tortas, o carpete rasgado, teto do banheiro com o gesso avariado.

O site disponibiliza várias abas, e cada uma delas possui um tipo de assunto, como por exemplo: aba com opções de voos, locação de casas por temporada, opções de restaurantes, hotéis e opções de fazer amigos on-line. O viajante, através deste site faz uma busca detalhada de voos, e tem como resposta uma opção de valores e horários. Como o site possui parceria com diversas companhias aéreas, consegue oferecer melhores preços e conexões.

Para a locação de casas por temporada, o site também disponibiliza várias opções, no mesmo molde dos hotéis. Basta informar as datas da viagem, escolher a cidade, que em seguida aparecem as fotografias, os valores e tempo de estadia. Basta clicar na imagem desejada, e escolher o que mais interessar.

Na opção dos restaurantes, o site começa a classificação pelos que possuem mais avaliações positivas. Quando buscamos as informações sobre os restaurantes, pode-se escolher o tipo de cozinhas e pratos, valores, acessibilidade, se recebem crianças, ou somente adultos. Ao lado direito, aparece o mapa da localização e como chegar até ele. Na escolha do tipo de restaurante, e clicando na imagem, entra-se nas fotografias que o restaurante disponibiliza, como também as fotos que os turistas tiram, passando uma imagem do que vai encontrar.

Abaixo, uma imagem de como aparece um restaurante no site TripAdvisor e suas informações:

Figura 01: Site TripAdvisor com informações sobre restaurantes 2016.

Mapa de Miami detalhado x Os 10 Melhores Aluguel Ter... Os 10 melhores restauran... happiness beach bar, El N...
https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g294256-d7742119-Reviews-Happiness_beach_bar-El_Nido_Palawan_Island_Palawan_Province_Mimaropa.html
 74 avaliações N.º 3 de 53 Restaurantes em El Nido
 Marroquina, Mediterrânea, Israelense, Tunisiana

Visão geral Avaliações (74) Perguntas e respostas Localização Salvar 10 avaliações Faça sua avaliação

Este restaurante serve comida de bar/pub?
 Sim Não Incerteza

Y Como chegar

Destques dos colaboradores do TripAdvisor Leia todas as 74 avaliações

Pontuações dos visitantes

Excelente	61
Muito bom	10
Razoável	3
Ruim	0
Horível	0

Resumo das pontuações

Comida	4.5	Serviço	4.5
Preço	4.5	Ambiente	4.5

Bom para: Famílias com crianças Cena de bar

74 avaliações feitas pela comunidade do TripAdvisor

Avaliação mais recente

"Happiness for happy people"
 Best place in the philippines.
 We came here almost every evening of our vacation.
 The food was great, the fish ball is my favorite!!
 Awesome vibe, music and service, very friendly owners. A must in el nido!

Google Tradutor

amitosh23 Avaliou ontem via dispositivo móvel

Inclua os horários de happiness beach bar e ajude os clientes a chegarem na hora certa.
 + Incluir horários

Opções: Jantar, Café da manhã, Buffet, Apenas dinheiro, Wi-fi gratuito, Bar completo, Cadeiras para bebês, Mesas ao ar livre, Assentos, Serve bebida alcoólica, Para viagem, Garçons

Fonte : *print screen* https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g294256-d7742119-Reviews-Happiness_beach_bar-El_Nido_Palawan_Island_Palawan_Province_Mimaropa.html

Na imagem abaixo, apresentamos um *print* da página com as avaliações dos hóspedes referente ao hotel em que se hospedaram, constatando os elogios.

Figura 02: Site TripAdvisor com informações sobre hospedagem 2016.

https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g34443-d87074-Reviews-Extended_Stay_A... tripadvisor.com.br Extended Stay America - Mi...
 Visão geral Avaliações (187) Fotos (37) Localização Serviços/Comodidades Mais R\$322*/diária

Clique para dar uma nota

Fred A Colaborador nível 79 avaliações 34 avaliações de hotéis 7 votos úteis
 "Muito bom"
 Avaliou em 11 de Dezembro de 2015
 hotel muito bom, achei os quartos maiores que os normais para este tipo de tarefa, a cama era muito grande e confortavel com um edredon muito gostoso, o final do dia era uma benção após toda aquela correria ir para um bom quarto
 Obrigado, Fred A

Claudia C São Paulo, São Paulo, Brazil Colaborador nível 120 avaliações 10 avaliações de hotéis 29 votos úteis
 "Grande e confortável!"
 Avaliou em 22 de Junho de 2015
 Os hotéis dessa rede são meio padrão. Quartos grandes com cozinha e camas confortáveis. O café da manhã é bem simples mas o custo/benefício é bom. Local tranquilo e perto de restaurantes e do aeroporto.
 Obrigado, Claudia C

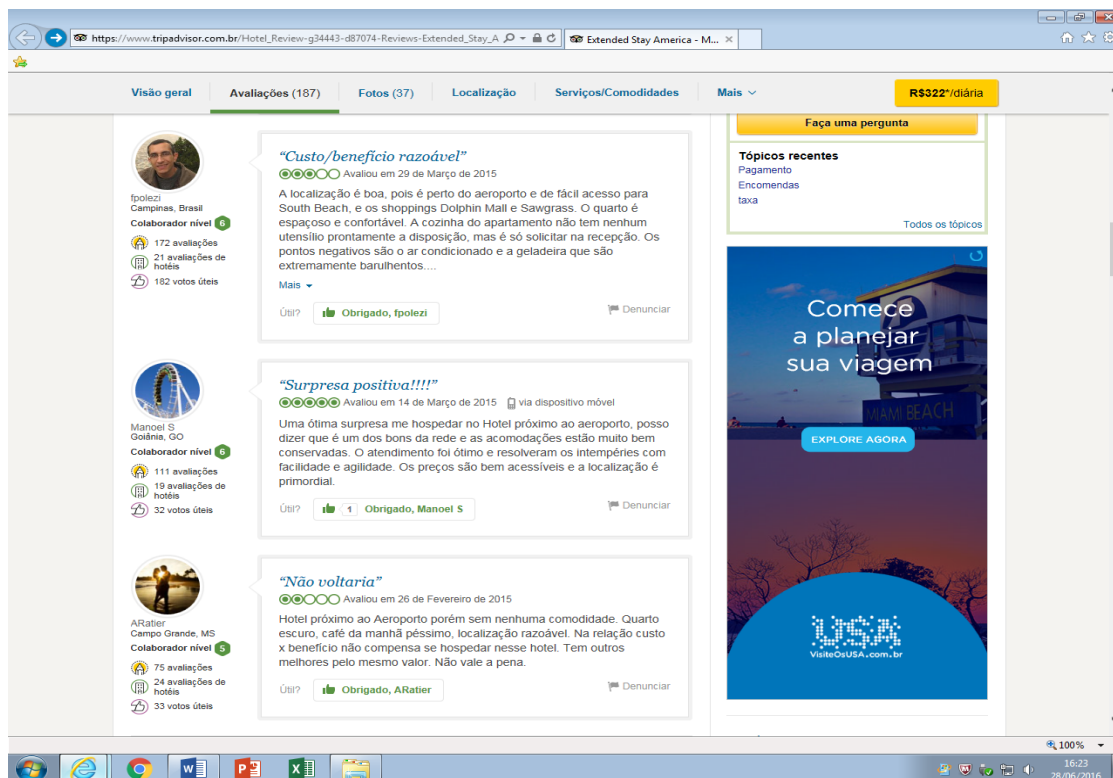
FabioReisAraujo São Luis, MA Colaborador nível 9 avaliações 16 votos úteis
 "Bom hotel com custo beneficio razoável!"
 Avaliou em 11 de Junho de 2015
 Hotel próximo ao Aeroporto de Miami. Possui Café da Manhã, mas o espaço é pequeno e deve ser levado para o quarto. Os quartos são bem espaçosos. Recebem pacotes e cobram por isso. Quartos bem tranquilos
 Obrigado, FabioReisAraujo

Booking.com R\$326* + R\$121 impostos e taxas Ver oferta
 Ramada Miami Springs / Miami Inter... 927 Avaliações Expedio R\$319* + R\$121 impostos e taxas Ver oferta
 Red Roof Plus+ Miami Airport 2.135 Avaliações Booking.com R\$391* + R\$121 impostos e taxas Ver oferta
 HYATT house Miami Airport 1.250 Avaliações Hotels.com R\$393* + R\$121 impostos e taxas Ver oferta
 Holiday Inn Miami International Airport 4687 Avaliações R\$387* Ver oferta

Fonte : *print screen* https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g34443-d87074-Reviews-Extended_Stay_America_Miami_Airport_Miami_Springs-Miami_Springs_Florida.html

No segundo *print*, logo abaixo, outros hóspedes que ficaram no mesmo hotel, não possuíam tantos elogios, deixando registrado no site seus comentários negativos como: uma cozinha sem utensílios, ar condicionado barulhento, quarto escuro e café péssimo.

Figura 03: Site TripAdvisor com informações sobre hospedagem 2016.



Fonte : *print screen* https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g34443-d87074-Reviews-Extended_Stay_America_Miami_Airport_Miami_Springs-Miami_Springs_Florida.html

A busca por informações nos sites de viagens sobre um determinado lugar que se deseja visitar poderá nos trazer muitas dúvidas, pois cada pessoa possui uma opinião referente as suas experiências vivenciadas. Ao fazer a pesquisa sobre as narrativas de viagens, perguntei aos colaboradores se conheciam o site TripAdvisor e se buscavam neste site as informações de suas viagens. Alguns confirmaram que sim, possuindo o hábito de pesquisar neste site e em outros também, como é o caso do Mochileiros.com.

4.2 ANALISANDO O SITE MOCHILEIROS.COM

Escolheu-se o site mochileiros.com entre outros tantos por se tratar de um site muito fácil e autoexplicativo. Um site com vários tópicos e muitas dicas, hoje com 241 mil seguidores de vários lugares do Brasil e do mundo.

Buscou-se através das entrevistas saber se os colaboradores tinham o costume de buscarem informações em sites de turismo e blogs de viagens. Dos nossos nove entrevistados, quase todos indicaram o site mochileiros.com como um site de busca para futuras viagens e dicas.

Conforme analisado, o site possibilita que seus seguidores façam publicações de seus relatos de viagens, e que as pessoas possam interagir entre eles, com dicas, informações e muitas fotografias. Notou-se que os roteiros de viagens publicados no site são realizados pelos organizadores da página como também pelos frequentadores, neste caso, os turistas/ viajantes.

Notou-se que alguns viajantes ao publicarem seus relatos de viagens, não escreverem realmente um relato de viagem. Alguns foram econômicos em suas palavras, descrevendo apenas o necessário. Outros aproveitaram para descrever todos os detalhes, como se fosse um diário de viagem.

Percebeu-se em alguns relatos, que as pessoas tentam diversificar suas dicas, procurando postar informações dos lugares menos comentados e frequentados. Analisando as fotografias, percebi que algumas postagens não possuem uma narrativa escrita, mas sim uma narrativa baseada em imagens.

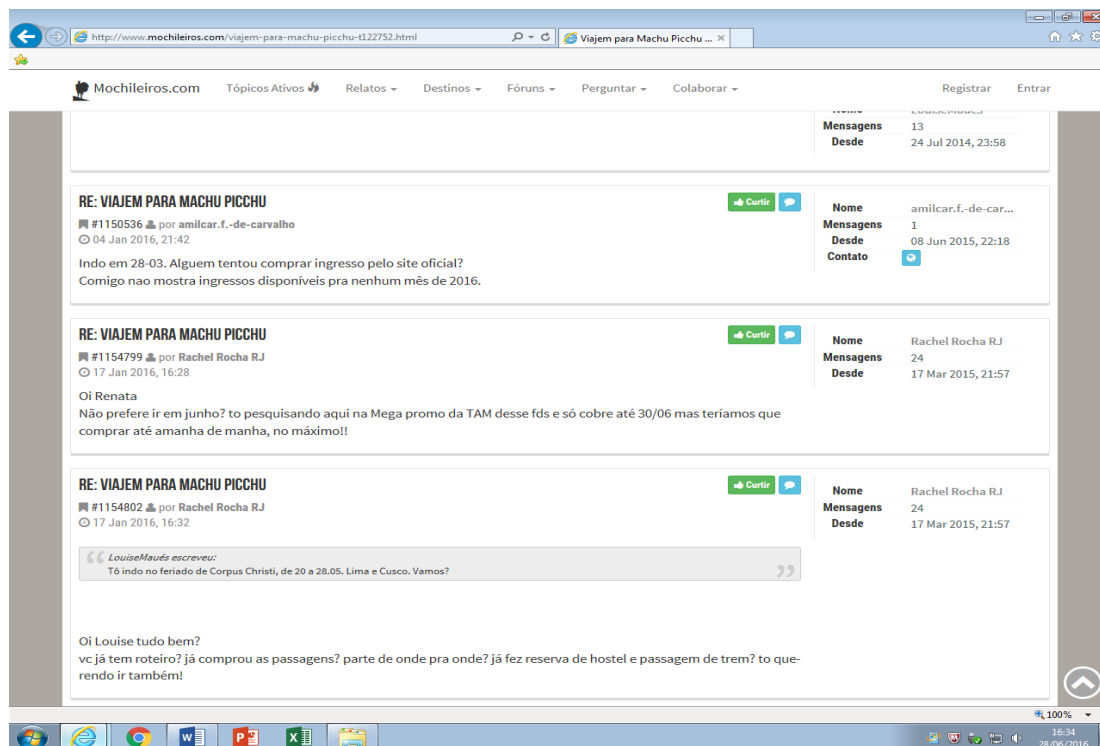
O site mochileiros.com é bem estruturado e possibilita que qualquer pessoa consiga obter informações sobre o destino de viagem desejado. A página foi dividida por tópicos (regiões, países) conforme o interesse dos participantes. Cada tópico possui um roteiro de viagem, com dicas, tempo de duração, como as pessoas realizaram a viagem, hotéis utilizados, formas de locomoção, etc...

Além de o site desenvolver abas onde os viajantes possam divulgar suas aventuras pelo mundo, outro ponto interessante é a opção “companhia de viagem”. Esta opção permite que as pessoas busquem companhias para suas viagens, ou porque estão querendo viajar e não possuem parcerias, ou porque na última hora tiveram que seguir com seus planos sozinhos. Percebeu-se a

troca de interesse e informações acerca do destino de viagem, e a partir deste contato, muitas pessoas decidem viajar ou não para o destino escolhido.

Abaixo a imagem da página do site mochileiros.com, onde as turistas desejam viajar para o Peru, trocam informações, e quem sabe uma futura viagem juntas.

Figura 04: Site mochileiros.com com informações sobre viagens 2016.



Fonte: *print screen* <http://www.mochileiros.com/viajem-para-machu-picchu-t122752.html>

O interessante deste site, é que podemos viajar pelo mundo inteiro apenas com um clique na tela do computador. Todos os continentes estão ali sendo bombardeados com informações atuais de muitas pessoas de todos os lugares do Brasil e do mundo. A disponibilidade de informações é riquíssima para quem deseja viajar. As fotografias também ajudam muito a ter uma ideia de como é o destino, por exemplo, no Canadá com neve, o frio que se sente em apenas observar as fotografias dá a sensação exata de como deve ser. Ou então as imagens dos desertos do Marrocos, o calor que se sente em andar pelas dunas e com um sol a 50 graus.

Muitos sites de dicas de viagens abrem cada vez mais espaço para comentários dos viajantes referente aos locais visitados, os serviços que existem em cada destino, os produtos, e as fotografias de suas experiências

turísticas. O interessante é analisarmos a grande necessidade de autoafirmação, pois hoje em dia é necessário registrar todos os momentos de lazer, não apenas ver o que está ali exposto, mas também do ser visto.

4.3 AS SELFIES E AS IMAGENS

Através da lente desta realidade contemporânea percebe-se uma mudança da fotografia moderna através das redes sociais. Estas imagens privadas transcendem cada vez mais o círculo doméstico ou familiar quando compartilhadas nas mais vastas redes ou plataformas online.

Atualmente, as mídias sociais mediam a criação destas novas formas de sermos vistos. A moda de tirar *selfies*³ que hoje é muito utilizada tornou-se um novo meio de exibição/ exaltação pessoal, um culto à própria imagem.

O retrato ou autorretrato fascina pela possibilidade de posar e criar, a diferença entre os antigos autorretratos e as *selfies*, é que o segundo precisa ser compartilhado, e o desejo atual é de alcançar visibilidade e, rapidamente, passar a existir nesta sociedade que tanto valoriza a imagem. Hoje existe um desejo de falar de si, uma vontade de se exibir.

Os autorretratos são antigos, e apareceram junto com a fotografia. O primeiro registro de que se tem notícia é de 1839, em autorretrato do americano Robert Cornelius.

³ *Selfie*, segundo o registro eletrônico do dicionário Oxford (2013), é uma fotografia de uma pessoa tirada por ela mesma, normalmente com um *smartphone* ou uma *webcam*, e compartilhada em alguma mídia social.

Figura 05: Autorretrato em 1839 por Robert Cornelius



Fonte : *print screen* <http://noolhar.tv/foto-conteudo/selfie-a-moda-do-autorretrato>

Chamamos hoje de *selfies*, mas logo que a fotografia surgiu, alguns fotógrafos e até mesmo pessoas comuns utilizavam está técnica para se auto fotografar. Podemos citar também uma adolescente, Anastasia Nikolaevna, filha do czar Nicolau II da Rússia, que em 1914 fez seu retrato diante de um espelho. Como naquela época não existia ainda as redes sociais, ela compartilhou sua fotografia com amigos através de cartas.

O autorretrato ganhou força no Renascimento, quando a expressão artística se expande, utilizando espelhos de boa qualidade, alguns artistas utilizam este objeto como facilitador para fazerem seus autorretratos, como é o caso do artista alemão Dürrer (1471- 1528) e o holandês Rembrandt (1606-1669), que retratavam várias vezes seus rostos. Era uma forma de se auto afirmar em uma época que só existiam as pinturas. Hoje no nosso mundo onde tudo é digital, cresce cada vez mais pessoas que desejam aparecer para os outros, os exibicionistas, pessoas que querem apenas mostrar seu estado de espírito, e as que querem aparecer mais que a paisagem.

Contudo, a palavra *selfie* só teria sido utilizada pela primeira vez em um fórum online australiano em 2002. Oito anos depois, a escritora Jennifer Lee exhibe o próprio rosto em uma fotografia onde comenta que “amou seu suéter”.

Esta necessidade de auto expressividade tem alterado comportamentos. Na construção de pessoa e identidade, as pessoas precisam se auto afirmar cada vez mais, trazendo para este estudo o conceito de nomação e diferenciação de outros seres, a ideia de pessoa que tem uma história própria. Mas essa mesma ideia é muito diferente de uma sociedade para outra, ainda

mais quando o imaginário era capaz de representar lugares sociais, tribos ou rituais. A ideia de pessoa foi sendo construída aos poucos, quando o humano passa a se reconhecer como um ser representado em si mesmo.

Anthony Giddens (2002) entende que os indivíduos possuem a autoconsciência que seria a diferenciação entre o “eu” e o que “não sou eu”, procedimentos psicológicos nas primeiras relações das crianças. Para Giddens (2002), a identidade não incide no comportamento individual, mas na capacidade pessoal do indivíduo em constituir e dar continuidade a uma narrativa de sua própria história de vida.

Hoje, numa sociedade onde os jovens são os nativos digitais, com milhões de acessos à internet, podemos compreender a necessidade de frequência e exposição produzidas através das fotografias ou *selfies* realizadas diariamente. Sejam jovens, adultos ou idosos, estão buscando novas formas de se relacionar, e conseqüentemente buscam através das imagens novas formas de identidade.

Com as tecnologias e com as máquinas fotográficas inseridas em telefones, qualquer pessoa tem o poder de tirar fotografias, mas qual a imagem que querem passar, já que tudo é muito fácil hoje? Conforme Boris Kossoy: “A imagem fotográfica, com toda a sua carga de realismo, não corresponde necessariamente à verdade histórica, apenas ao registro (expressivo) da aparência, fonte, pois, de ambigüidades”. (KOSSOY, 1999).

Com as novas tecnologias, tudo não passa de um clique, que basta para termos hoje uma narrativa de nossos dias através das imagens tiradas ao longo do dia e postadas nas redes sociais ou blogues.

Podemos percorrer milhões de páginas nas redes sociais, e iremos nos deparar com várias fotografias/*selfies* tiradas como se fossem um histórico do dia. Não é mais necessário ter legendas, o que importa é a exposição e quantas pessoas estão comentando e “curtindo”. A moda da *selfie* não nos possibilita perguntar o que é mais importante, e muitas vezes estamos acostumados a registrar tudo que não percebemos.

Qual a relação que o fotógrafo/ pessoa tem com aquela imagem? A imagem é o gerador de significados, mas as pessoas não as percebem de imediato, muitas vezes após dias ou anos, se dão conta deles, percebem na contemplação o que foi. Como diz Roland Barthes, “há o isto—foi, o isto—quer-

dizer”. (BARTHES,1981). A fotografia não sendo lida pelo ato de significar, volta a cair na condição de coisa, isto é, naquilo que repousa em desconhecimento e ignorância (MERLEAU-PONTY, 2006).

Hoje a forma de divulgar a imagem se modificou, mas está cada vez mais inserida na vida de todos. Na nossa sociedade de consumo, onde o culto à imagem transforma tudo em produto, faz com que muitas pessoas fiquem perdidas, e esqueçam o essencial. Nas fotografias turísticas, a realidade consumida é vista como espetáculo, e a internet foi um meio perfeito para essa exposição, já que pode agregar vários tipos de informações em um só lugar, como fotografias, textos, sons, vídeos.

4.4 BLOGS E SITES DE VIAGENS

Diante de uma realidade em que as informações estão cada vez mais inseridas em blogs e sites, busquei para a pesquisa, demonstrar neste capítulo o quanto as pessoas estão interessadas em publicar suas ideias e imagens nas redes sociais.

Existem várias definições para a palavra blog. O termo surgiu pela primeira vez em 1997, quando o americano John Barger chamou sua página pessoal na internet de weblog – com uma tradução simples de registro na rede (BARBOSA; GRANADO, 2004). Os blogs são temáticos, com retratos da vida diária das pessoas, jornalísticos, políticos, tecnológicos, de viagens, de comida, saúde, beleza.

Com o aparecimento da fotografia digital, os blogs se transformaram em diários de bordo, substituindo os antigos cadernos, repletos de fotografias. Em vez de chamar as pessoas para verem as fotografias de viagens, as pessoas publicam tudo nos blogs, criando álbuns digitais. A popularização das máquinas digitais fez todo mundo fotografar mais, não sendo mais necessário se preocupar com os filmes, ou quantas poses tínhamos nas máquinas. Hoje em dia a preocupação é com quantos “gigas” se têm em um celular ou máquina digital.

Este crescimento de publicações em blogs, ou sites se dá pela facilidade que as pessoas tem de se expressar, publicar suas imagens e suas opiniões, e possibilitar um novo espaço público para a livre exposição dos problemas,

projetos e opiniões. Os blogs possibilitam que todos nós tenhamos uma palavra a dizer, que todos tenhamos um espaço nosso na rede, sendo este um dos principais fatores para seu sucesso.

O fenômeno do sucesso dos weblogs está intimamente relacionado com a criação de comunidades. Ao contrário do que muitos bloggers consideram, todos os que publicam informação na internet tem publico, ou seja, qualquer autor de um weblog acabará, com o tempo, por ter leitores, mais ou menos fiéis. (GRANADO, BARBOSA, 2004, p. 41).

Os blogs possibilitam que as pessoas troquem informações das mais diversas, criando assim uma rede de trocas. A internet criou um novo espaço público, ela é real e virtual, criando um novo tipo de organização que possibilita e facilita a mobilidade no e do conhecimento, trocas de saberes e novos espaços sociais.

As comunidades virtuais são feitas de pessoas e do que elas realmente querem, daquilo que realmente lhes interessa, sem constrangimentos prévios ou póstumos (...) As novas tecnologias dão a cada um de nós um poder sem precedentes de construir o nosso próprio mundo de referência, de encontrar as pessoas que realmente nos interessam, estejam onde estiverem, de aprender e ensinar sobre aquilo que realmente queremos que faça parte da nossa vida. (SOARES, 1999, p. 75)

A rede/internet por outro lado, promove a diluição das fronteiras geográficas permitindo a geração de novos territórios, identidades e práticas sociais. Através dos blogs de viagens, podemos fazer uma análise sobre a importância da construção do imaginário de um destino turístico.

Muitas pessoas se utilizam destes sites e blogs para tirarem dúvidas em relação aos destinos planejados de viagem. Alguns possuem um espaço destinado aos comentários, onde os leitores possam se manifestar sobre o conteúdo publicado ou até mesmo se comunicar com os demais viajantes ou com o autor do blog. Os blogs e sites de viagens acabam sendo um espaço de sociabilidade.

No próximo capítulo, iremos apresentar um pouco da história dos nossos participantes através das narrativas sobre fotografias de viagens turísticas.

5 NARRATIVAS DE VIAGENS TURÍSTICAS

Para os propósitos deste trabalho, buscamos através das narrativas de viagens turísticas, obter, através das fotografias os momentos de vida de cada pessoa, com suas histórias, encontro com pessoas, cenas felizes, imagens de lugares, cidades, paisagens. Para os entrevistados, recorrer às fotografias foi uma maneira de reviver aqueles bons momentos.

Benjamin (1994, p.204), comenta que a narrativa “conserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver”. O que se transmite através da narrativa está longe de ser algum dado quantificado ou uma nova teoria científica, pois está impregnada com a experiência de vida do narrador, o que nela imprime a sua marca, como a mão do oleiro na argila do vaso. (BENJAMIN, 1994).

5.1 OS VIAJANTES

Para ter acesso as narrativas, buscou-se analisar pessoas que tem como um dos objetivos em suas vidas a viagem, a experiência vivenciada e a forma de vida. São relatos pessoais de viagens e histórias de vidas contadas por seus próprios personagens. Foram nove pessoas contatadas e que se propuseram em falar de suas experiências, mostrar fotografias e disponibilizar de seu tempo para isso. As entrevistas foram todas realizadas na cidade de Porto Alegre, em torno de quatro meses entre agosto e novembro de 2015. Para isso, iremos utilizar nomes fictícios a fim de preservar suas identidades.

Como trabalhei por seis anos em uma agência de viagens, tive facilidades em acessar as pessoas que estavam interessadas em participar da nossa pesquisa. Buscou-se não entrevistar os que tinham contato comigo, até mesmo para não terem um vínculo mais próximo e direcionar a pesquisa.

Realizaram-se nove entrevistas, sendo que duas delas tiveram que ser na agência de viagens, em uma sala emprestada para este objetivo. As demais entrevistas foram marcadas na casa dos entrevistados, conforme agendamento prévio.

Trabalhou-se com nove pessoas, de diversas ocupações (alguns aposentados, advogados, donas de casa, estudantes). Estas pessoas alguma vez procuraram a mencionada agência de viagens para realizar a compra de um pacote de viagens ou apenas adquirir passagens aéreas.

1. JOANA: a comunicativa

Joana é uma senhora de 63 anos, separada, mãe de três filhos, aposentada do INSS. Vive recentemente sozinha, pois o filho mais novo mudou-se para sua própria casa. Suas duas filhas são casadas, uma delas morando em Porto Alegre, e a outra em Londres.

Trata-se de uma senhora simpática, comunicativa, e que estava ansiosa para poder ajudar na nossa entrevista. Marquei a data para uma semana após o nosso contato. Fui até sua casa na zona norte de Porto Alegre, pois as fotografias que ela iria nos mostrar sobre a viagem que escolhera estavam no computador. Cheguei no horário marcado, em um dia chuvoso, sem graça e úmido.

Para Joana, tirar férias é poder viajar sozinha, ou no máximo, com amigos. A família não viaja junto, e não fazem questão disso, palavras da própria Joana. Quanto à revelação das fotografias (impressão) de suas viagens, Joana diz que não tem interesse, pois ficam perdidas e que não gosta de fazer álbuns. Prefere deixar tudo em um *pen drive* ou em *cds*. Só faz questão de revelar as fotografias quando alguém da família pede. Também disse ser muito discreta em relação às redes sociais. “Não tenho interesse em publicar minhas fotografias, para não ter problemas com as pessoas fofoqueiras”.

Joana organizou cadeiras em volta do computador, e em seguida começou a falar sobre suas viagens. Disse que sempre teve interesse em viajar e conhecer o mundo. Como ela tem parentes em Portugal, viajou para lá ficando três meses. Deixou seus filhos em casa com os avós. Depois desta viagem, sempre que pode, está com o pé na estrada. As viagens dentro do Brasil são realizadas uma vez ao ano e organiza-se para ir a Europa de dois em dois anos, pois sua filha mais velha mora em Londres. Utiliza a casa da

filha para a hospedagem, e permanece por lá os três meses que tem direito, aproveitando para conhecer todos os lugares próximos. Em 2015, quando esteve em Londres, como estava com sua sobrinha, decidiu conhecer Amsterdam. Este será o destino narrado por Joana. A entrevista com Joana durou três horas, e mesmo assim se colocou a disposição para colaborar se fosse preciso. Estaria sempre disponível para falar de suas viagens, uma forma de recordar.

Figura 06: tirada por Joana em Amsterdam, 2015.



Fonte : álbum fotográfico de Joana

Nesta fotografia, conforme comentários de Joana, destaca-se ao fundo prédios coloridos, situados a margem de um canal em Amsterdam.

Joana nos disse que ficou encantada com os prédios construídos entre os canais, com a paisagem e a organização da cidade. Na fotografia onde aparece ao lado de sua sobrinha, ao fundo dava para ver o pôr do sol, e algumas luzes acesas no interior dos grandes prédios:

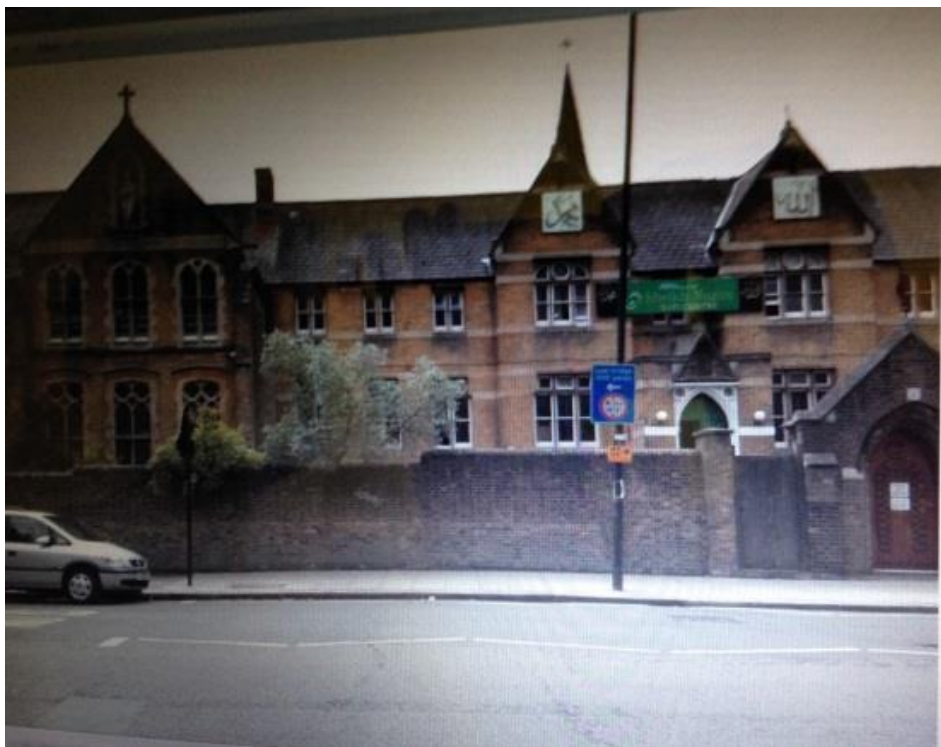
“É impressionante que estas construções resistam ainda sobre a água, com uma bela arquitetura e cada prédio com seu charme. Os canais que cortam a cidade são

repletos de barcos que servem de locomoção e moradias.”

Na fotografia seguinte, Joana nos apresenta uma imagem de um grande prédio, muito antigo e histórico, com um muro que se estende por toda a rua, também antigo. Atrás do muro, estão juntas duas religiões diferentes. Joana ficou impressionada com a possibilidade de duas igrejas tão distintas estarem anexas ao mesmo prédio. Existem dois grandes portões que permitem o acesso às igrejas. Duas torres altas representam o significado de cada: uma torre com uma cruz, informando a religião católica e na outra torre, a religião muçulmana. No momento em que estavam passeando, Joana comenta com sua sobrinha:

“Uma rua tão calma, que transmite paz e tranquilidade e ao mesmo tempo me deparo com duas religiões tão diferentes que interagem no mesmo lugar”.

Figura 07: Fotografia tirada por Joana em Amsterdan, 2015 – duas Igrejas – Católica e Muçulmana



Fonte: álbum fotográfico de Joana

2. CÉLIA: a extrovertida

Trata-se de uma senhora muito alegre, muito comunicativa, extrovertida e que adora viajar. Separada, tem 65 anos e mãe de três filhos e quatro netos. Sempre foi dona de casa, e logo que se separou, resolveu que deveria fazer a viagem dos seus sonhos. Quando ligamos para marcar a entrevista, se colocou a disposição, e marcamos para dois dias após o contato. Realizamos a entrevista também em sua casa. Foi em um dia muito quente, e logo que chegamos fomos recebidos com um café, água gelada e sucos. Célia pegou seu álbum de viagem e nos acomodou em volta de sua mesa de jantar.

Célia comentou que na época de sua viagem não existia câmeras digitais, por isso o que tinha eram somente algumas poucas fotografias, mas que representavam suas grandes recordações.

Ela disse que adora viajar com os filhos, e que já foi para muitos lugares no nordeste com eles. Não é comum, mas sempre quando pode, viaja com eles. Quanto à revelação das fotografias de suas viagens, Célia diz que agora com as câmeras digitais tem deixado de lado as revelações (impressões), mas sempre que pode adora revelar tudo e fazer álbuns, assim ela pode mostrar para as amigas a sua viagem. Quanto às redes sociais, até possui uma página ativa, mas que não entra faz tempo, então não tem interesse em publicar nada por lá.

Depois de nos acomodarmos, Célia começou a falar sobre sua viagem, que escolheu este destino por ser um lugar de “grandes energias”, que sempre tivera interesse em conhecer. Fiquei ouvindo sobre a viagem por mais ou menos uma hora e meia. No início da nossa conversa, Célia parecia nervosa, pois ficava falando e folheando as fotografias, como se estivesse organizando em sua cabeça a ordem de sua fala, pois não queria perder nenhum momento.

Aos poucos percebi que ela foi ficando mais tranquila, e que a viagem já estava organizada em sua cabeça, então tudo correu mais calmamente. No final, também se colocou a disposição caso precisássemos de mais detalhes e informações.

Figura 08: Fotografia em Machu Picchu no relógio de pedra tirado por Célia em 2000



Fonte: álbum fotográfico de Célia

Na imagem acima, Célia se encontra no relógio solar todo esculpido na pedra. Para ela:

“este relógio é um mistério, por emanar uma grande energia e ter sido construído com tanta perfeição”.

Célia realizou o sonho de conhecer Machu Picchu, e trouxe com ela muitas histórias que conheceu e que vivenciou junto aos seus amigos de viagem e as novas amizades que realizou.

Nas duas imagens escolhidas por Célia, a sensação que disse sentir era de paz e ao mesmo tempo de inquietação. Comentou que as pessoas que ali estavam faziam perguntas como: onde está o povo que aqui morava? Como conseguiram construir toda uma cidade sobre montanhas altíssimas? Célia nos disse que as pessoas ficavam encantadas com o lugar, e que não queriam voltar para casa.

“São lugares maravilhosos, com um povo muito alegre e que adoram roupas com coloridos fortes. As construções em Machu Picchu não parecem serem feitas pelos homens, de tão perfeitas que são”.

Figura 09: tirada em Machu Picchu por Célia em 2000



Fonte: álbum fotográfico de Célia

Na fotografia acima, o que vemos é um vale e ao fundo uma montanha que representa a cidade perdida. Para Célia, é um lugar sem explicação:

“É a coisa mais linda, a cidadela é a coisa mais impressionante que já vi”.

A fotografia se torna um índice do que foi e por onde passou o viajante. Nas imagens que Célia nos mostrou, nos informa que no caminho até Machu Picchu passou por lugares nunca imaginados percorridos de trem. Para ela, a diferença cultural impressionou:

“A cultura inca está muito presente nas mulheres e nas crianças. Percebi isso ao longo do caminho. No trem, as várias culturas vindas de todos os cantos do mundo estavam mescladas.

Célia percorreu várias vezes seu álbum, até escolher as duas imagens escolhidas acima. Para ela, foi difícil escolher duas, e que estas são as que mais representaram a “energia” do lugar.

3. HELENA: a organizada

Helena foi nossa terceira entrevistada. É advogada, tem 52 anos é casada, e tem dois filhos. Mora em Porto Alegre, e sempre que pode viaja com os familiares ou somente com o marido.

Para marcarmos um encontro com Helena, primeiramente nos apresentamos por telefone, depois marcamos o encontro via e-mail. Ela foi muito gentil e atenciosa. Fomos recebidos no escritório dela, e ficamos lá por uma hora mais ou menos. As fotografias da sua viagem já estavam selecionadas na tela de seu computador. Helena pediu para sentarmos em torno da sua mesa de trabalho para ficar mais fácil a demonstração das imagens.

Helena fez uma rápida apresentação sobre sua vida, e em seguida já foi falando sobre sua viagem que realizou em 2015 com seu marido para a Europa (Noruega, Dinamarca, Finlândia, Suécia, Estônia e Rússia). Ela comentou que sua família adora viajar, quando podem viajam todos juntos, mas a vida é corrida para todos, por isso ela e seu marido se organizam e fazem planos de viajarem juntos.

Comentamos sobre as várias características do lugar ilustradas pelas imagens apresentadas, e ela disse que com as máquinas digitais, tiram muitas fotografias, mas que não são adeptos de publicarem nas redes sociais. Quando estão viajando, apenas postam uma ou duas fotografias para alegrar os filhos e familiares que ficaram na cidade. Ela não tem o costume de revelar as fotografias, tanto que seus álbuns ficam todos no computador.

Ela nos disse que o casal se organiza para todos os anos fazerem uma viagem para lugares que não seja conhecido. Não gostam de voltar a um lugar já visto. Preferem ocupar o tempo e o dinheiro para ver o novo.

Helena adora viajar, e escolhe seus destinos não através dos livros de história, optando pelos lugares que chamam mais a sua atenção em termos de cultura, estrutura e acessibilidade.

Em sua narrativa ela relata que ficou em dúvida ao escolher apenas duas fotografias em meio a tantas que tinha tirado. Pensou, e preferiu escolher duas imagens com propósitos diferentes.

Figura 10: Imagem de um lago na Noruega, por Helena em 2015.



Fonte: álbum digital de Helena

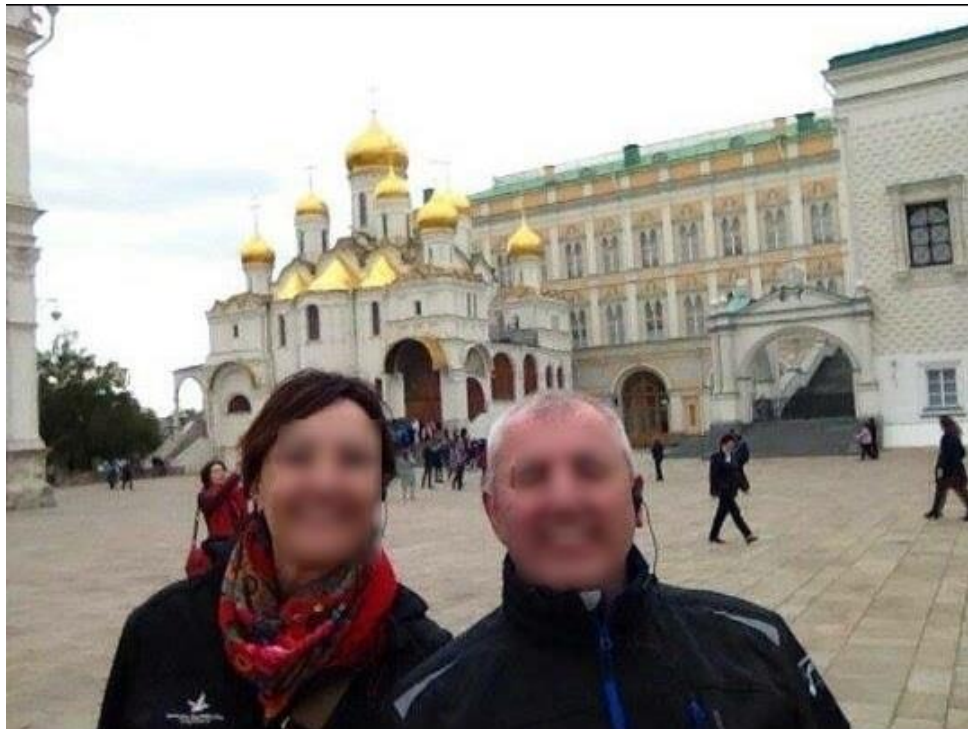
A imagem acima é de um lago na Noruega, que segundo ela transmite “serenidade e muita paz”. Tendo ao fundo da imagem montanhas ainda não cobertas pela neve, e ela observa um barco navegando tranquilamente nas águas deste imenso lago.

Helena descreve esta imagem como uma lembrança do percurso do ônibus de turismo que teve que realizar para o deslocamento entre as cidades visitadas. A imagem deste belo lago os acompanhou por alguns minutos, e que deixou segundo ela, uma lembrança maravilhosa da Noruega.

Na outra fotografia, uma *selfie* do casal, que tem como pano de fundo a Catedral da Praça de Moscou.

O dia estava nublado, frio, mas não espantou os turistas do belo passeio. O casal optou por registrar esta bela catedral com uma *selfie* porque não queriam incomodar os demais viajantes com a fotografia. Não gostamos de selfies, achamos que as fotos ficam sem graça.

Figura 11: Helena e seu marido em Moscou no ano de 2015



Fonte: álbum digital de Helena

“Em muitas viagens precisamos tirar *selfies*, ou para não pedir que alguém tire nossa foto ou para que não apareça somente eu ou meu marido na foto. Há mais praticidade sem incomodar ninguém”.

4. SUZANA: a sem paciência

Ao entrevistar Suzana, a primeira impressão foi de ver uma pessoa nervosa e ansiosa. Suzana tem 63 anos, é aposentada como funcionária da Caixa Econômica Federal, moradora de Porto Alegre, viúva, e sem filhos. Sempre que pode, está viajando. Entrei em contato via telefone, e agendamos a entrevista somente para depois do seu retorno à Manaus, que estava marcado há muito tempo. Suzana disse que participa de muitos eventos realizados pela Caixa Econômica Federal, e aproveita para conhecer novos lugares, alguns nunca antes imaginados. O encontro foi marcado na casa de

Suzana, que mora em Porto Alegre, na zona leste. Foi em uma tarde, quente de novembro. Fui acomodada em um sofá localizado em sua sala de estar. Em seguida, Suzana sentou-se ao meu lado com seus folhetos da viagem, o celular e a máquina de fotografia. Disse que ainda não tinha tido tempo de passar as fotografias para o computador, e que não gosta de revelar (imprimir) nada, pois hoje em dia com as tecnologias não precisa se preocupar em guardar álbuns. Perguntamos se ela tinha o costume de publicar nas redes sociais as suas fotografias, e ela disse que “não tenho tempo para isso, prefiro me dedicar a outras coisas. A internet muitas vezes atrapalha”.

Suzana começou a descrever como tinha sido a viagem, quais as suas experiências e o que chamou mais a sua atenção. Pediu desculpas por não ter se organizado com as fotografias e que tentaria ser bem comedida em relação à narrativa. Ela pareceu ansiosa e sem paciência, aos poucos, porém foi demonstrando tranquilidade à medida que contava sobre a viagem a Manaus. No final da entrevista, disse que enviaria todas as suas imagens para o e-mail e que ainda conforme fosse se lembrando de mais alguma coisa, me enviaria.

Conforme já comentado, ela viajou para Manaus em 2015 para participar de um evento que a Caixa Econômica promoveu para seus funcionários e aposentados. Suzana aproveitou para conhecer um pouco mais, segundo ela, deste “lugar exótico”.

Em umas das fotografias escolhidas, Suzana registrou o momento de uma dança típica dos índios da região. Segundo ela, a dança demonstrou a vitalidade e os rituais daqueles índios. A apresentação de dança típica mostra como eram feitas as festas, rituais, o tipo de roupas que eram utilizados, as armas e como eles mantinham a relação com os brancos.

Figura 12: dança típica indígena em Manaus, tirada por Suzana em 2015



Fonte: álbum digital de Suzana

Na imagem abaixo, Suzana decidiu mostrar como eram as construções da cidade, neste caso, do hotel em que estava.

Figura 13: Hotel em Manaus, fotografia tirada por Suzana em 2015



Fonte: álbum digital de Suzana

“Tudo muito antigo, grande, e organizado. A imponência das construções, com grandes portas, janelas que se abrem para a mata, e os quartos feitos de madeira maciça e escura, que era símbolo da época em que Manaus era um centro de grande importância. O verde como predominante, e seus belos jardins ao fundo”.

Suzana ao narrar sua viagem, através de suas fotografias, comentou que descobriu uma cidade importante e pouco explorada por nós brasileiros. Para ela, a recordação do exótico, do diferente, traz nas imagens o valor do culto daquele povo e da necessidade de exibição atual.

“É uma cidade que exerce fascínio, e que vale a visita. Se possível, irei voltar várias vezes”.

5. MARIA : adora viver

Maria tem 41 anos, atualmente é estudante de medicina veterinária. Maria atualmente mora com seu namorado e sua filha, em Porto Alegre. Uma pessoa extrovertida, falante, e de um humor incrível. Começou sua narrativa contando que morou por nove anos em Londres, mas por causa da saudade dos familiares, resolveu voltar para casa. É formada em Turismo, mas nunca teve interesse em trabalhar nessa área. Gosta muito de viajar, mas decidiu seguir outra profissão (veterinária), por ter mais afinidade com os animais.

Entrei em contato com Maria via telefone e depois marcamos a data da entrevista por e-mail. Fui recebida no seu apartamento, na zona sul de Porto Alegre. Era uma tarde chuvosa e cinzenta. Para Maria, seria um dia muito típico dos ingleses, mas a sua preferência era por dias ensolarados.

Fui acomodada em um sofá confortável, e bem a sua frente estava sob um armário uma televisão que passava um programa sobre viagens. Maria ofereceu algo para beber, e em seguida trouxe o *laptop* onde estavam suas fotografias de viagem que para ela foi “muito diferente e divertida”. Pediu

desculpas pelas fotografias não estarem reveladas (impressas), alegando que hoje em dia com as novas tecnologias, estava preferindo guarda-las no computador, assim não ocupa espaço físico.

Maria começou falando sobre o tempo em que morava em Londres. Ela viajava todos os finais de semana para lugares próximos como Oxford, Cambridge, e que agora morando no Brasil, isso era mais difícil. Perguntei se ela gostava de revelar suas fotografias, e a resposta foi clara: “não tenho espaço físico para guardar os álbuns, prefiro deixar tudo no computador”. Quanto postar fotos nas redes sociais, disse que: “publico muitas, e se der mais um pouco, pois adoro mostrar para todos onde ando e o que estou fazendo”. Sua última viagem foi para os Estados Unidos em 2013. Ela e duas amigas foram para Los Angeles e Las Vegas. Nas suas fotografias, estavam registrados todos os momentos da viagem. Maria teve dificuldades em escolher algumas imagens, pois para ela tudo era importante. Como Maria disse “adoro fotografar tudo”.

Na imagem abaixo, está em frente ao museu de cera Madame Tussauds em Los Angeles, um dos atrativos existentes na cidade.

Figura 14: Maria em 2013 no Madame Tussauds em Los Angeles



Fonte: álbum digital de Maria

Para ela, este museu “é uma diversão só”, onde pode estar junto de seus atores favoritos, mesmo que seja de mentira. “Um lugar onde posso me sentir criança, e aproveitar para tirar várias fotografias”. Maria nos contou que já conhecia o Museu da Madame Tussauds em Londres, mas, mesmo assim, não deixou de conhecer este em Los Angeles.

Maria também conheceu Las Vegas, e para ela é:

“Uma cidade que possibilita todo tipo de divertimento, ótimos shows, muitas opções de restaurantes e de compras. Sem falar nos hotéis, imponentes, com arquiteturas únicas, saídos de um filme americano. Localizada em pleno deserto, a impressão é que não possui muitas atrações, mas diversão não falta mesmo para quem quer se divertir de dia. Uma cidade que transborda agitação, luzes e muito dinheiro”.

Na imagem abaixo, Maria aparece em uma *selfie*, em frente a uma máquina de caça níquel, para deixar registrado este grande momento em que se pode ganhar ou perder tudo. Para ela, “um lugar mágico, de diversão e emoção”.

Figura 15: Maria em um Cassino em Las Vegas, 2013



Fonte: álbum digital de Maria

O que há de novo nesta imagem? Parece uma imagem qualquer, mas para Maria é o registro de que esteve em um cassino de verdade. Uma situação atípica para o dia a dia. Nas duas imagens, Maria é o centro das atenções. Ela precisa estar presente nas fotografias, se sentir importante. Para ela, conforme seus comentários:

“aparecer nas imagens é poder mostrar para todos que estive lá, e que estou me divertindo muito”.

6. CAMILA: a viajada

Camila tem 38 anos, é casada, mãe de dois filhos, atualmente dona de casa. Para ela, viajar é uma ótima maneira de conhecer outros lugares. Quando era comissária de voo, aproveitava os dias de folga para conhecer tudo o que podia das cidades. Adorava conhecer os locais que o povo frequentava, pois os lugares turísticos para ela são sem graça e caros.

Entrei em contato com Camila por telefone, explicando como seria o trabalho e prontamente, já marcamos um encontro. Fui recebida em seu apartamento que fica localizado em um bairro central de Porto Alegre. A sala de estar e jantar são amplas, bem iluminadas. Sentamos em torno da mesa de jantar, para facilitar a conversa. Camila logo trouxe seu álbum de fotografias, e deu uma risada, pois, segundo ela, não faz mais álbuns assim há muito tempo, “agora guardo tudo no computador”. Aproveitei para perguntar por que desta mudança, e ela me disse que “agora é mais fácil guardar as fotografias, preferimos deixar tudo no computador”.

Ela começou falando das viagens que fez quando era comissária, e depois disse que agora com os filhos, tudo mudou. Fazem uma viagem no verão e outra no inverno. A viagem que Camila escolheu para narrar foi para Natal em 2007. O álbum de fotografias estava repleto de imagens, que aos poucos foram dando vida a narrativa, e cada fotografia escolhida trazia lembranças do local e do que tinham vivido naquele momento. A entrevista durou o suficiente para que eu pudesse ter informações úteis.

Para Camila, o importante é aproveitar cada momento da viagem, tirar fotografias como forma de recordação. Nas imagens trazidas para a narrativa, pude perceber que Camila possui muitos interesses. Para ela, registrar tudo é uma forma mais fácil de recordar a viagem.

Na imagem abaixo, Camila aparece ao lado do *Buggy* alugado. Para eles, alugar um carro facilita no deslocamento e na praticidade para percorrer todas as praias e novos lugares. Ao olhar a fotografia, Camila recordou que ao fundo estava a construção da ponte, que no futuro (após 2007), não precisariam mais utilizar a balsa para fazer a travessia entre as praias.

Figura 16: travessia de balsa em Natal no ano de 2007



Fonte: álbum fotográfico de Camila

Na imagem abaixo, sua escolha foi pela paisagem local, tendo o mar como fundo, com sua cor esverdeada, e a frente uma casa típica da região, feita de madeira e com telhado em folhas de palmeiras. Para Camila:

“a intenção da fotografia é deixar registrado à vida das pessoas nesta região, pessoas pobres, com uma vista maravilhosa, e que muitos turistas adorariam ficar por ali”.

Figura 17: tirada em 2007 por Camila da paisagem local



Fonte: álbum fotográfico de Camila

A escolha desta imagem foi, segundo ela, para representar a beleza do local e ao mesmo tempo ilustrar como é a vida das pessoas “naquele paraíso”. Camila comentou que:

“quando fui pela primeira vez ao nordeste fiquei chocada com a condição precária da região, mas com as outras viagens, percebi que é uma região pobre de recursos, mas as pessoas são muito felizes com o pouco que tem, e que muitas vezes não desejam sair dali para viver em outro lugar”.

7. DÉBORA: a viajante compulsiva

Débora vive em Liverpool (Reino Unido) faz algum tempo. Tem 36 anos, é casada, trabalha no comércio, e é mãe de duas crianças com idade entre 4 e 2 anos. Aproveitando suas férias em Porto Alegre para rever os familiares, ficou sabendo de minha pesquisa quando foi com sua irmã na agência de viagens. Ela aceitou participar e marcamos um dia para nos encontrarmos. O encontro foi na própria agência, que nos disponibilizou uma sala de reuniões.

No horário marcado, Débora chegou à agência, estava com um *pen drive* repleto de fotografias. Disse que poderia olhar também a sua página no Facebook, pois lá estavam as melhores imagens que fez da Índia. Sua viagem durou três meses, ela e o marido percorreram muitos lugares da Ásia, e mesmo viajando por todo este tempo, criaram um blog para atualizar as famílias de onde iriam e como estavam. A nossa conversa foi muito interessante, pois além de ouvir sobre sua viagem preferida, também aprendi um pouco mais sobre outros lugares da Europa. No final, disse que se, precisássemos de mais fotografias, ela enviaria por e-mail, e que se pudesse ajudar, também seria por e-mail, já que nos próximos dias estaria retornando para Liverpool.

Conforme comentado anteriormente, Débora percorreu a Ásia por três meses com seu marido. Com esta viagem, segundo ela, obteve grandes experiências na Índia. Débora se descreve como uma compulsiva por viajar, e se organiza para cada ano viajar de 10 a 15 vezes. Antes de ter filhos, ela e seu marido percorreram por longos meses alguns lugares do mundo.

Mesmo tendo dois filhos, Débora disse que viaja muito por lugares próximos, pois as crianças sendo muito pequenas não aguentam longas jornadas de viagens. Perguntei se utiliza a internet para a compra e reserva das suas viagens, e ela disse que sim:

“faço tudo pela internet, e raramente utilizo uma agência de viagens. Na Europa tudo é muito seguro, e não temos medo de fazer nada pela internet”.

Aproveitei para saber se ela é usuária frequente dos sites e blogs de viagens, e ela disse que adora saber a opinião dos outros sobre os lugares que deseja conhecer, e quando tem tempo, aproveita para dar sua opinião também.

Quanto às fotografias, tira apenas as que consideram necessárias, e que não revela (imprime) nada. Gosta muito de postar as fotografias nas redes sociais, até mesmo porque sua família mora no Brasil, e ficam acompanhando suas viagens pela internet.

Figura 18: Débora em viagem à Índia em 2010



Fonte: álbum digital de Débora

Suas fotografias tentam registrar a diversificação cultural que encontra, como é o caso da imagem acima em que ela aparece ao lado de um indiano típico, com seu turbante vermelho combinando com o traje, um sapato bege repleto de decorações e seu cajado. Não esquecendo seu grande bigode, uma marca forte dos homens indianos.

Na fotografia que segue, ao fundo, segundo ela, está o “belo Taj Mahal imponente, todo em mármore branco com suas quatro torres subindo aos céus”.

Figura 19: Imagem de Débora e seu marido no Taj Mahal em 2010



Fonte: álbum digital de Débora

Para Débora:

“conhecer este maravilhoso monumento foi à coisa mais emocionante. Poder conhecer uma cultura tão diferente da minha e ao mesmo tempo um lugar tão belo que representa o amor, foi sem dúvida o ápice da viagem”.

8. FERNANDO: O reservado

Nosso oitavo entrevistado tem 52 anos, é casado, gestor comercial, mora em São Paulo, e estava de férias em Porto Alegre, quando compareceu na agência de viagens para comprar a passagem de volta e também para rever a amiga de tantos anos (a dona da agência). Ficou sabendo de minha entrevista pela dona da agência, que comentou com ele que seria interessante contar um pouco de suas viagens. O encontro foi marcado na agência. No primeiro momento, Fernando se mostrou um pouco reservado, mas aos poucos foi demonstrando gostar de conversar sobre viagens.

Falou que viajava sempre com seus pais, desde criança. Agora, a preferência é viajar com a esposa, já que seu filho não quer mais acompanhá-los. Sua última viagem foi no final de 2014 e início de 2015. Para nossa conversa, trouxe consigo um *laptop*, que continham as fotografias das viagens. Enquanto Fernando falava sobre a viagem, procurava no computador as melhores imagens para narrar. Afirmou que cada viagem é diferente. Foi econômico na exposição das imagens, pois precisava viajar em alguns minutos para a Serra.

Nas viagens de Fernando, conforme seu relato, os roteiros escolhidos são sempre por lugares considerados diferentes do seu espaço cultural, pois prefere lugares que tragam curiosidades e que ele possa aprender algo de novo através delas.

Figura 20: Fernando em fotografia turística tirada entre 2014/2015



Fonte: álbum digital de Fernando

Nas fotografias mostradas em sua narrativa, o cenário é o Estado do Ceará. As duas imagens selecionadas descrevem exatamente a cultura local, onde o açougue expõe suas carnes sem nenhuma proteção de insetos e poeira. Uma imagem precária, de pobreza e seca. Nesta imagem, o que Fernando realmente estava registrando, era como as pessoas no nordeste

armazenavam suas carnes, já que não possuíam câmaras geladas e condições higiênicas. Suas fotografias mostram imagens como: as bicicletas como meio de transporte de muitas pessoas, as fachadas dos comércios tapadas com lonas vermelhas para a proteção do sol, e uma rua asfaltada e limpa.

Em resposta a pergunta sobre se ele gosta de tirar muitas fotografias, e ele nos disse que:

“temos que deixar tudo registrado, mas não sou bom nisso. Com as novas máquinas fotográficas fica mais fácil de ver como ficaram”.

Também não é muito adepto a publicação das imagens nas redes sociais. “Não gosto de me expor, prefiro guarda-las e quando alguém pergunta, busco no computador e mostro”.

Figura 21: Fernando em uma cachaçaria em 2014/2015



Fonte: álbum digital de Fernando

Nesta outra fotografia, Fernando aparece encostado em uma grande mesa, e sob ela se encontram várias garrafas de um alambique caseiro da região. Na parede vários quadros, de todos os tipos e tamanhos, com a imagem desenhada e pintada das cachaças. Alguns quadros foram feitos dos

calendários anuais das propagandas da cachaçaria. Esta cachaçaria, hoje está localizada em uma fazenda que abrigava uma senzala, que se encontra segundo ele, muito bem preservada.

9. AUGUSTO: O aventureiro

Nosso último entrevistado, tem 64 anos, aposentado, e morador de Porto Alegre. Entrei em contato por telefone, e marcamos um encontro em sua casa, no bairro Protásio Alves. Mesmo sendo aposentado, ele tem muitas coisas para fazer durante o dia, então marcamos o encontro para o final da tarde, por voltas das 18h.

É uma pessoa que segundo ele, gosta muito de ler, dentre suas leituras, prefere as biografias. Conforme seu relato, uma delas chamou a sua atenção, por contar, segundo ele, uma “história verdadeira”. Sua última viagem foi para a Inglaterra, onde visitou o colégio e a exposição do Sir Ernest Schackleton, um “cavaleiro importante” e que foi pelo Rei Eduardo VII com um grande navegador.

Suas viagens são estimuladas pelos interesses históricos e geográficos. Augusto foi muito atencioso, e disse que está planejando viajar para outros lugares, curiosamente ainda é segredo. Depois de realizar a viagem, se tivermos interesse, poderá nos contar.

Por ser leitor de livros biográficos, de história e geografia, Augusto se tornou um viajante compulsivo em conhecer os lugares citados nos livros. Quando resolveu viajar para Londres, seu grande interesse era visitar a exposição de um grande navegador e descobridor irlandês que foi muito importante na Inglaterra, chamado Sir Ernest Schackleton. Para Sr. Augusto, saber da vida deste homem, o fez ter contato com um novo mundo e uma nova cultura. Desde o primeiro momento em que leu a história deste “cavalheiro”, teve a motivação necessária para explorar novos mundos e viajar até a terra natal deste “personagem”.

Figura 22: Escola em Londres, tirada por Augusto em 2014



Fonte: álbum digital de Augusto

Na fotografia acima, vê-se o grande prédio onde se encontravam expostos os documentos e registros das viagens e explorações, sendo também o colégio onde este nobre Sir Schackleton teria estudado. Augusto comentou que:

“o dia da visitação estava lindo, o céu era de um azul turquesa pouco visto na Inglaterra, onde os dias estão quase sempre nublados ou chuvosos”.

Na fotografia abaixo está à embarcação que seria do navegador e explorador Sir Ernest Schackleton. Conforme relatos de Augusto era uma embarcação pequena, mas que levou o navegador a percorrer grandes distâncias até chegar ao polo sul. Ao ver esta embarcação, e também outros pertences, comentou:

“fiquei muito interessado em um dia poder realizar a mesma expedição até o polo sul, não serei um explorador, apenas serei um apreciador de boas histórias”.

Figura 23: embarcação em Londres do Sir Ernest Schackleton, 2014



Fonte: álbum digital de Augusto

Através da fotografia e do olhar, o turista/viajante procura criar uma narrativa própria sobre o lugar que está visitando. Fotografar ou filmar um lugar constitui, para um turista/viajante, a estruturação do seu testemunho sobre a realidade que está captando. Um meio de recordar a sua experiência. Esta prática termina sempre com uma lembrança registrada do lugar que se conheceu.

Nenhuma destas fotografias escolhidas pelos turistas/viajantes foi registrada por mim, e sim pelos entrevistados, que não tiveram a fotografia como instrumento de pesquisa e sim como uma memória pessoal. Nenhum entrevistado se considerou um fotógrafo profissional. Todos eles utilizam celulares/ *i-phones* ou câmeras portáteis em suas fotos de viagens.

As fotografias que tive acesso me mostraram um pouco como as pessoas viajam, como se comportam, a forma como utilizam a fotografia como registro de memória e como elas gostam de serem lembradas.

Essas diversas narrativas foram tomadas como maneiras, caminhos, experiências e sentidos, que possibilitou ter diversas interpretações e levaram as pessoas participantes a falar um pouco mais de si.

Nenhuma destas narrativas, são completas, sempre haverá um passado e um futuro que mudará tudo. Cada vez que a pessoa olhar a fotografia, terá novas recordações que podem ter sido acrescentadas por novas informações ou situações atuais.

As imagens escolhidas foram de livre escolha dos participantes. São imagens/ fotografias que tiveram algum significado para elas. Podemos ler as imagens e tirar nossas próprias interpretações, mas cada um comentou um pouco sobre sua escolha, enriquecendo um pouco mais nossa pesquisa.

Uma fotografia não tem significados fixos, eles precisam ser construídos. É um erro acreditar em um único significado verdadeiro, em uma única leitura. O fato de haver intenções do fotógrafo com a imagem não quer dizer que estas serão necessariamente percebidas ou compreendidas por quem as vê.

Para Kossoy (1989):

“No esforço de interpretação das imagens fixas, acompanhadas ou não de textos, a leitura das mesmas se abre em leque para diferentes interpretações a partir daquilo que o receptor projeta de si, em função de seu repertório cultural, de sua situação socioeconômica, de seus preconceitos, de sua ideologia, razão porque as imagens sempre permitirão uma leitura plural.”
(KOSSOY, 1989, p.78)

A maneira como a fotografia publicada chega até nós traz em si um direcionamento de leitura, e a mesma fotografia colocada em um álbum de família chega a nós de uma maneira mais afetiva, com memória pessoal.

5.2 AS NARRATIVAS DE VIAGENS

As narrativas de viagens existem á muito tempo, são tão antigas quanto às próprias viagens ou mais, e foi na Idade Média que os registros de viagens começaram a oferecer uma visão bastante clara do mundo e da realidade naquele momento. (ENZENSBERGER, 1985)

Quem eram as pessoas que escreviam relatos de viagens? Eram soldados conquistadores, mercadores, peregrinos, missionários, embaixadores, exploradores e aventureiros. E também os exploradores que vinham descobrir novas terras, desenhar mapas e colecionar flores e animais.

Na época de grandes exploradores, a partir do século XVI, os registros literários sobre as narrativas de viagens se fixavam mais para as grandes cidades, que eram verdadeiros núcleos narrativos, onde tudo acontecia. Exemplos destes núcleos: Jerusalém, Babilônia, Roma e Bizâncio. Tudo dependia destes grandes centros, e as grandes cidades tinham ordem e segurança. As condições geográficas do Mediterrâneo asseguravam o contato entre as populações diversas que ali viviam. (ZUMTHOR, 1994)

Em uma época onde não existia separação entre a geografia, história, lenda e mito, tudo era motivo para o viajante constituir um fio condutor da sua narrativa de viagem. Para eles, percorrer o mundo era percorrer os seus mistérios, as suas interrogações, o seu passado e o seu futuro. Onde viajar era ver as maravilhas do mundo.

Os relatos de viagens intercalavam frequentemente as notícias da observação e a realidade presente nos itinerários com os aspectos transcendentais, maravilhosos ou fantásticos que os viajantes encontravam, desafiavam ou venciam. O homem medieval, aquele que viajava muito, estava cansado de ver coisas normais, a natureza que o rodeia era monótona. Para isso buscavam preencher o vazio com o imaginário, tornando qualquer experiência real.

O viajante procura a diferença, não a semelhança. Registra o extraordinário, aquilo que o surpreende no outro, que tão longe encontra. Os livros de viagens medievais influenciam de forma determinante as civilizações

seguintes. O fascínio pelo novo e pelo desconhecido que transmitiam a própria experimentação do viajante e um mistério para ser desvendado.

Este homem é movido pelo imaginário ao longo dos séculos que se torna cada vez mais preenchido pela dimensão simbólica da viagem e do quão distante ela se encontra e o que pode esperar para encontrar lá.

Hoje, continuamos com esta busca pelo novo, mas nossas narrativas são muito diferentes, ou melhor, cada dia, mais escassas. Quase não temos ou sabemos como descrevê-las.

A palavra “narrativa” atualmente nos faz imaginar o tempo em que tínhamos que aprender as variadas formas de escrita na aula de redação. Fora da sala de aula, a narrativa é apenas uma forma de escrita literária usada por especialistas.

A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte que recorrem todos os narradores. E, entre as narrativas escritas, as melhores são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos. (BENJAMIN, 1994, p.198).

Os viajantes que retornam, são pessoas que vem de longe, de outras nações ou, ainda, os que nunca saíram de sua cidade natal, mas conhecem suas histórias e tradições e precisam contar, narrar, para não ficarem no esquecimento. Para Benjamin (1994), o ato de narrar está intimamente ligado à sabedoria popular, à transmissão de experiências orais transmitidas por inúmeras gerações e que aos poucos está sumindo, porque esta sabedoria está em extinção, os jovens não possuem mais este costume e não se interessam mais por histórias antigas.

É neste momento que a narrativa mostra-se parte da construção dos álbuns de famílias, uma vez que a imagem antecede o resgate histórico de cada pessoa. Tal como o ato fotográfico, “[...] a relação entre o ouvinte e o narrador é dominada pelo interesse em conservar o que foi narrado. Para o ouvinte imparcial, o importante é assegurar a possibilidade de reprodução” (BENJAMIN, 1994).

A narrativa não é nenhuma ciência, mas precisa da existência humana e uma afinidade entre a alma, o olho e a mão.

A narração, em seu aspecto sensível, não é de modo algum o produto exclusivo da voz. Na verdadeira narração, a mão intervém decisivamente, com seus gestos que sustentam de cem maneiras o fluxo do que é dito. [...] O narrador figura entre os mestres e os sábios. Ele sabe dar conselhos não para alguns casos, como o sábio. Pois pode recorrer ao acervo de toda uma vida (uma vida que não inclui apenas a própria experiência, mas em grande parte a experiência alheira). O narrador assimila à sua substância mais íntima aquilo que sabe por ouvir dizer. Seu dom é poder contar a sua vida; sua dignidade é conta-la inteira. (BENJAMIN, 1994, p. 221)

Cada estória é única. Cada narrador tem uma trajetória ou várias em que ele pode percorrer ao narrar uma viagem. Nunca irá contar duas vezes de forma idêntica, pois ao longo do tempo ela se transforma, conforme a experiência que se acumula.

Olhar as fotografias guardadas é como abrir um livro de memórias que pode ao primeiro momento ser lido da forma mais espontânea. Ao descrever cada dia, momento ou clique, cada um teve o seu antes e o depois de quando a fotografia foi tirada.

A ação de fazer a própria fotografia é a que torna um *souvenir* na medida em que funciona como prova de inscrição da memória e da experiência. Ao longo de uma viagem, as pessoas criam várias camadas de histórias e situações: a saída do aeroporto, chegada ao hotel, os serviços que o hotel oferece, os passeios. No mundo-imagem todos os eventos tornam-se dignos de serem registrados.

As imagens que colecionamos em nossas viagens são relicários, com forte conteúdo simbólico. O que vemos na fotografia, o que foi registrado visivelmente, quando vistas novamente revivem as sensações e emoções que enfraqueciam na nossa memória, que estavam registradas no nosso íntimo sob forma de impressões (KOSSOY, 2001).

As entrevistas me permitiram perceber que as pessoas estão buscando nas viagens, além de um refúgio ao dia-a-dia estressante, momentos de lazer, aprendizado e conhecer novos lugares. Ao observarmos as narrativas acompanhadas pelas fotografias, percebemos o quanto as pessoas estão interessadas na diversidade. Cada uma tem um gosto específico para guardar como memória. Viajantes que preferem guardar fotografias somente de paisagens, outros aproveitam e fotografam tudo o que podem, e os que adoram

aparecer em todas as fotografias para registros posteriores de *status*, o poder de viajar e ter estado em diversos lugares.

Para a nossa sociedade hoje em dia, a maneira de registrar todos os momentos em fotografias está muito longe do que foi o registro fotográfico no século passado. Antigamente as fotografias eram realizadas com o propósito de registrar momentos importantes, hoje, todos os momentos são importantes, como uma forma de recordação futura. Podemos dizer que hoje fotografamos tudo com a mesma curiosidade dos antigos desenhistas viajantes e descobridores do nosso mundo, mas a diferença está entre o desenho e a fotografia. Antes o pintor ou desenhista precisava de horas ou dias para realizar uma imagem, hoje com a fotografia, basta apenas um clique.

O grupo escolhido é composto por sete mulheres e dois homens. As temáticas sugeridas para a realização das perguntas foram: viagens, fotografias, internet e memória. As narrativas sobre as viagens não tiveram uma linearidade, foram contadas no tempo presente algo que já aconteceu, conforme os entrevistados descreviam suas histórias.

As pessoas buscam através das narrativas de viagens, viajar motivados pelas narrativas de seus amigos, familiares, televisão, cinema e pela grande difusão de informações na internet. Também buscam viajar pelo prazer de conhecer lugares novos, pessoas, e culturas diferentes. Sentem a necessidade de mudar a rotina em busca de memórias e histórias que possam ser contadas ao longo da vida.

Dos nossos entrevistados, a metade busca viajar com toda a logística oferecida pelas as agências de viagens, e a outra metade, busca na internet tudo o que precisa para realização da viagem. O interesse em saber mais sobre o seu destino de férias, muitas vezes é buscado alguns dias antes da viagem através da literatura impressa como guias de viagens, brochuras, mapas, dos amigos ou outros viajantes/ turistas pelas páginas da internet ou com os profissionais do turismo.

Nesta pesquisa, percebeu-se que a busca pelas informações de roteiros de viagens são hoje em dia adquiridos na internet, deixando as informações das agências de viagens para última opção. Alguns viajantes comentam que a internet possui informações atualizadas, e que muitas vezes, os agentes de viagens ainda não sabem.

Mas não são todos que pensam assim, existem ainda pessoas que se sentem seguras ao adquirir uma viagem pela agência de viagens. Preferem deixar que uma pessoa especializada fizesse as escolhas por eles, que ofereça opções de hotéis, passagens aéreas, locadoras de carros, e que ofereçam os demais passeios.

Outros, mais inquietos, preferem a agilidade da internet para organizar uma viagem, ficam horas em busca de dicas, informações e preços mais em conta. Os viajantes buscam nas narrativas de seus amigos a experiência positiva que tiveram e não se importam em ficarem horas pesquisando. Para eles, esse é um começo interessante para se conectar com o destino de viagem, pois a aventura da viagem deve ser contada, a experiência não é completa sem o seu relato.

Não importa qual é a motivação que leva as pessoas a buscarem suas viagens em agências ou na internet, o interessante é que elas estão procurando nas viagens o prazer de viver. Este prazer é acompanhado pelo interesse em fotografar o lugar que se está conhecendo, as pessoas, a comida típica, os monumentos, as praias, as flores.

Busquei não escolher um destino turístico como narrativa principal das viagens. Os participantes tiveram a liberdade de escolher a viagem que mais lhes interessou. Não delimito datas, possibilitando haver uma grande diferença entre elas (anos).

Alguns viajantes percebem todos os tipos de diferenças existentes no novo lugar, como: pobreza, sujeira, organização, arquitetura, segurança. Talvez esta observação venha da experiência que a pessoa tenha em viajar, deixando-a mais tranquila e com capacidade de notar o que está bom ou ruim em um lugar novo.

Os relatos de viagens ou narrativas nunca serão os mesmos. Cada narrador busca nas suas experiências e memórias uma forma de transmitir o que ele viveu, e o que ele sentiu. Muitas vezes após olharmos as fotografias das viagens, percebemos o quanto foi importante, divertida ou triste um momento registrado.

As emoções que nos são transmitidas quando nossos narradores desenvolvem seus relatos de viagens é muito impressionante. Alguns realmente voltam no tempo como se estivessem lá, naquela viagem,

transmitindo os sentimentos, outros são mais seguros, e relatam apenas o que estão vendo naquele momento em que a fotografia está em suas mãos.

Alguns comentaram que viajam há muito tempo, recordando viagens do tempo em que eram crianças.

Como comentam alguns deles:

“Sempre viajei, desde criança.” (Débora)

“Viagem internacional era menor de idade, foi ainda com os meus pais, ao Paraguai. (Augusto)

“Sempre viajei com meus pais quando criança, fomos à São Paulo de carro, uma aventura e tanto, mas também viajávamos próximo de nossa cidade, para a serra, praias. Mas viajei sem meus pais aos 17 anos para a Disney nos Estados Unidos, foi muito legal. (Camila).

Alguns possuem o hábito da viagem desde crianças. Outros adquirem o prazer de viajar com familiares, amigos, namorados. Muitas pessoas nunca pensaram em viajar, ou então sempre se sentiram resistentes por não gostar de sair da rotina, ou terem medo do novo. Mas aos poucos, perceberam que viajar faz muito bem para a vida, traz momentos bons, boas e novas amizades e com certeza grandes recordações.

As recordações começam pelas lembranças que os viajantes/ turistas possuem de uma viagem, aquela que surpreendeu em todos os sentidos, como é o caso das narradoras, Joana, Célia, Helena e Ana.

Para elas a surpresa de descobrir que o diferente estava ali na sua frente, trouxe para cada uma um novo olhar. Joana esteve em 2015 por três meses em Londres, e aproveitou para conhecer Amsterdam, que ela sempre teve receio em conhecer, mas com sua sobrinha, teve coragem. A cidade escolhida era Amsterdam, e aproveitaram três dias para isso. Chegando lá sua impressão foi outra, conforme abaixo:

“Tudo me surpreendeu. Não vi ninguém drogado, e descobri que é proibido fumar nas ruas, existem coffee shops, onde as pessoas vão fumar maconha, e existem balas, bebidas e pirulitos de maconha”. (Joana).

Para Célia, enquanto estava percorrendo o caminho até chegar a Machu Picchu, as paisagens foram as mais tristes e precárias que já tinha visto.

“Eu imaginava a América do Sul um país pobre, mas que tinha condições básicas acessíveis ao povo, mas fiquei chocada quando chegamos à Bolívia e ao pararmos na estação ferroviária, o povo era de uma pobreza só, as crianças estavam sem sapatos, às vendedoras de salgados não tinham guardanapos, e ofereciam seus alimentos com as mãos. Tudo era muito precário. Os banheiros quando existiam, eram horríveis”. (Célia).

Percebi nestas narrativas, que às turistas se interessaram pelo fascínio do novo, mesmo tendo como imaginário algo completamente diferente do que estão vivendo e experimentando.

Em outro exemplo, Helena comenta seu encantamento pelo lugar visitado. Descreve a sua última viagem a Europa em 2015 como a mais interessante que já fez, pois a ideia que tinha da Rússia era outra, conforme abaixo:

“Esta viagem foi um pouco mais interessante porque eu tinha uma outra ideia da Rússia. Já fomos várias vezes para a Europa. Mas para a Rússia só fui porque fazia parte do pacote. Eu nem tinha tanta curiosidade...fiquei impressionada com Moscou. Uma das cidades mais lindas que conheci. Os lugares, as pessoas, mesmo não nos entendendo muito, faziam questão em ajudar-nos. Adorei a Rússia”.(Helena).

É interessante notar que em todas as narrativas, os turistas em algum momento fazem comparações com seu país ou sua cidade, tanto pelo lado positivo como negativo. Eles descrevem a forma como são recebidos, e como o povo local é alegre, receptivo e feliz. Muitas vezes viajam com uma ideia erroneamente pré-concebida do lugar, como é o caso das nossas entrevistadas, Helena, Joana e Célia, que tinham percepções diferentes dos lugares visitados.

Percebi nas narrativas dos nossos participantes, que alguns encontraram nas paisagens uma forma de analisar as diferenças existentes e marcantes, podendo descrever como sendo exóticas, pobres, de uma natureza nunca antes vista, ou como um lugar muito organizado e limpo.

Joana esteve em Amsterdam, e a ideia que tinha do lugar era muito diferente, com muita sujeira e que nunca gostaria de conhecer. Mas estando lá, percebeu que era tudo diferente. As ruas tinham faixas para ônibus, carros, bicicletas e pedestres. Todo mundo se respeitava, e a cidade era limpa e colorida.

Joana descreve Amsterdam como:

“como sendo um lugar organizado, repleto de flores por todos os cantos, as praças estão sempre limpas, as cores das flores são diversas e por todos os lados existem canteiros, vasos repletos de tulipas coloridas. “Como não se encantar com este lugar” (Joana).

Na narrativa de Suzana, a impressão que teve sobre Manaus também a fez mudar de ideia. Pensava que era uma cidade repleta de índios, velha, suja e que não fosse ter uma estrutura para atender seus turistas. Mas se deparou com o contrário. Um lugar com grande história, árvores por todos os lugares, limpa e com grandes construções.

“As cachoeiras estão todas secas, tem árvores em toda cidade, é muito arborizada, mas como a cidade está crescendo estão desmatando muito para dar lugar aos grandes prédios. A arquitetura é lindíssima, nossos prédios históricos do centro não chegam nem perto da beleza dos prédios deles”. (Suzana).

Em suas narrativas, Suzana, Helena e Célia, perceberam as diferenças existentes nos países (cultura, povo, paisagem). A Europa sempre passando a ideia de um lugar maravilhoso para se viver contrastando com a América do Sul, que na visão de Célia, é um caos total, sem condições mínimas de vida, sem educação, sem higiene e uma alimentação digna.

Maria observou que nos Estados Unidos existem grandes avenidas e ruas, que facilitam o deslocamento das pessoas, o oposto da Inglaterra. Para

Maria, os Estados Unidos é um país com grandes avenidas e ruas, com prédios mais quadrados e sem muito glamour.

Em sua narrativa, Maria deixou claro que gostou de conhecer Los Angeles e Las Vegas, mas esperava um pouco mais destes lugares. Para ela, os Estados Unidos não passa de um país onde se podem comprar de tudo por quase nada.

“Adorei entrar em grandes lojas e encontrar roupas e tênis quase de graça. Quase fiquei louca com a loja Victoria Secrets. Aqueles cremes, perfumes, tudo. Neste país só se consome.” (Maria).

As diferenças culturais chamam muito a atenção de pessoas que buscam por ter algo mais em uma viagem do que só comprar. Todos nós saímos e voltamos com diferentes sensações. Deixamos para traz velhos hábitos e na viagem adquirimos outros, conforme a cultura em que estamos inseridos.

No caso de Maria, logo que chegaram à Los Angeles, alugaram um carro grande e conversível. A ideia de liberdade americana influenciou na escolha delas. Também a facilidade de aluguel possibilitou que elas pudessem viajar sem se preocupar em utilizar aviões ou ônibus para seus deslocamentos, sem falar da possibilidade do deslocamento para as compras.

“Preferimos alugar um carro, pois estávamos em três. Uma forma mais econômica, e que permite um melhor deslocamento, podendo conhecer vários lugares e não se preocupar com horários. (Maria).

Para Camila, alugar um *Buggy* no nordeste foi uma maravilha. Mesmo estando em uma cidade de praias, a ideia de ter um meio de transporte era essencial, pois queriam estar livres para poder escolher o lugar a ser conhecido, e não depender dos guias turísticos.

“Alugamos um carro/ bugie para podermos ir e vir à hora que desejarmos. Não gostamos de depender de vans, guias ou ônibus. Um carro nos leva aonde quiser e a qualquer hora.” (Camila).

No caso de Suzana, os passeios que realizou em Manaus foram todos em um ônibus turístico, que estava repleto de turistas. O guia que estava acompanhando o grupo explicou tudo sobre a história da cidade. Levou para conhecer a culinária local, que praticamente é feita de peixes e frango. Para Suzana, viajar em grupo é muito divertido.

“Gosto de viajar em grupos, por ser muito divertido. Só não gosto quando as pessoas se amarram para fazer alguma coisa. Precisam ter noção que existem outras pessoas no grupo”. (Suzana)

Suzana e Helena possuem uma semelhança: sempre viajam em grupos. Conforme Helena comentou, ela busca viajar em grupos quando está acompanhada de seu marido. Em sua última viagem a Europa, percorreram seis países em um ônibus turístico. Para ela, pequenas distâncias devem ser percorridas por ônibus. Dessa forma buscam conhecer e fazer amizades com os demais viajantes.

“Fizemos algumas amizades em nossa viagem, pois estávamos convivendo com eles diariamente e percorremos as lindas cidades em um ônibus turístico”. (Helena)

Já para a entrevistada Joana, a ideia de viajar com grupos não agrada muito, por isso busca sempre viajar com poucas pessoas. O percurso que fez com sua sobrinha entre Londres e Amsterdam foi descrito como muito agradável:

“Fomos de Londres a Amsterdam de trem, muito rápido. Quando chegamos à estação em Amsterdam, achei tudo muito limpo, lindo e organizado”. (Joana)

As viagens realizadas no início do turismo moderno foram feitas exatamente para as grandes massas. “A aspiração ao turismo, e de maneira mais geral, o desejo de ter acesso ao lazer e a cultura são o fruto de uma produção e de um consumo de massa, cujo surgimento foi evidenciado, desde a década de 1970.(BOYER, 2003, p.15). Os viajantes mais abastados tinham o privilégio de usufruir de suas mordomias e dinheiro para conhecer novos

lugares, independente do povo. Com as novas tecnologias, o turismo possibilitou que as pessoas continuassem a viajar, mas agora poderiam escolher se a viagem seria com grupos ou sozinhos.

Percebi nas narrativas citadas acima, que existe uma grande variedade de turistas: os turistas que buscam lazer, outros que buscam aventura, os que preferem a viagem cultural, etc. A internet facilitou em muito a vida dos viajantes, mas alguns ainda não se sentem seguros em percorrer o mundo sem a segurança de uma agência de viagens.

Neste caso citamos Helena:

Sempre viajamos com guias de viagens. Escolhemos quase sempre a mesma agência de viagens. Pelo conforto, pelo cuidado e praticidade que nos oferecem os pacotes. Não temos preocupações com nada relacionado a viagem. (Helena)

Nas narrativas que seguem, temos o outro lado de quem prefere se aventurar pelo mundo e não costuma utilizar os serviços dos agentes de viagens.

Augusto é um exemplo de turista que busca a aventura, pois prefere os serviços oferecidos na internet para a realização de suas viagens e comenta que:

“Com a internet se tem o mundo nas mãos, a facilidade de se preparar a viagem, pré-montar o roteiro, reservar hospedagem (hotéis, camping, hostels), passagens aéreas e de trem, alugar carros. Não gosto de programação das Agências, são roteiros que muitas vezes são apertados pelo tempo, principalmente em museus. Também às vezes não se pode conhecer alguns lugares que despertam interesse”. (Augusto)

Para Débora, que é uma viajante compulsiva, buscar as informações na internet é muito mais interessante e prazeroso. Utilizava os serviços de agentes de viagens quando a internet não possibilitava as compras e reservas diretas. Com o crescimento dos serviços oferecidos na internet, e estes serviços estão se tornando cada vez mais seguros, Débora utiliza destas ferramentas para

aprender mais sobre seu destino de viagem, e também conseguir variações de valores que caibam dentro de seu orçamento.

“Sempre pesquiso na internet, raramente uso agentes de viagens”. (Débora)

Os entrevistados mais aptos nas compras pela internet, contaram como fazem na busca por promoções nas companhias aéreas. Falaram que muitas vezes os voos com conexões⁴ se tornam mais baratos, e os voos diretos, mais caros. Muitas vezes as passagens são mais baratas pelos destinos mais longos. Neste caso, se a cidade de conexão ainda não é conhecida, fazem uma parada de dois dias para conhecer e depois continuam a viagem.

Essa tendência de adquirir muitos serviços na internet nos traz a reflexão que as vendas diretas, sem a intermediação de agências de viagens, refletem nos canais de distribuição de produtos turísticos. Esta prática vem se justificando, pois em termos de custo de venda, o site da empresa pode representar até quatro vezes menos que as agências de viagens que utilizam sistemas GDS [Global Distribution System]. Com esta nova tendência facilita o chamado turismo individual em que turistas compram seus produtos turísticos sem a mediação das agências de viagens (ANDRADE, 2002).

Na mesma medida em que o turismo está sofrendo alterações, a fotografia também modificou ao longo dos últimos vinte anos. Os retratos antes realizados com máquinas fotográficas e seus filmes com poses, hoje estão ultrapassados. As formas e maneiras de se obter hoje uma fotografia vão depender do que o fotógrafo quer registrar. A utilização destas imagens também se alterou com o passar dos anos.

Para nossos narradores, a fotografia é uma forma de guardar lembranças. Todos viajam com máquinas fotográficas ou com celulares capacitados para registrar suas viagens. Alguns buscam registrar tudo, e outros, só o essencial. Pessoas de todas as idades, mesmo as que utilizavam as fotografias reveladas (impressas), não possuem mais o costume de fazer álbuns de viagens e de suas famílias. Para eles é mais prático deixar tudo guardado em seus computadores, *pen drives* e *cds*.

⁴ Conexões: paradas em cidades de rotas de voos com trocas de avião

Para Maria, Camila, Joana, Suzana e Augusto, as fotografias que são feitas em suas viagens, são todas guardadas ou em *pen drive* ou no computador. Para eles a necessidade de revelar (imprimir) fotos hoje em dia não existe mais.

“Não revelo nenhuma foto. Deixo tudo no pen drive. É fácil de guardar e não ocupa muito espaço”. (Joana)

“Agora é mais fácil fazer online, mas quando me desperta muita satisfação, revelo alguns instantes que sempre quis ter como recordação física”. (Augusto)

“Deixo tudo no computador ou no celular. Nem olho depois, só se alguém pedir para ver”. (Suzana)

Mesmo com os recursos fotográficos existentes, o álbum fotográfico ainda é importante conforme alguns de nossos entrevistados. Para Helena, Célia, Débora e Fernando, revelar (imprimir) as fotografias tem seu significado:

“Gosto dos álbuns porque é uma maneira de “viajar” novamente, me entretenho por horas me lembrando das viagens, de todos os momentos marcantes da viagem”. (Fernando)

“Gosto do álbum físico”. (Helena)

“Gosto de ter os álbuns todos organizados. Quando sinto saudades da viagem vou na estante e pego. É muito mais fácil do que ter que procurar em computadores, que muitas vezes somem”. (Célia)

Mas também existem os que utilizam as redes sociais como forma de álbum fotográfico. Aproveitam para colocar na internet suas fotografias, e assim poderem satisfazer a curiosidade dos familiares e amigos. Neste caso, teremos a Débora, Helena, Maria e Camila.

“Além de deixar tudo no computador, escolho as melhores fotos e coloco na minha página no facebook. Assim todo mundo pode ver o que eu fiz”. (Maria)

“Gosto de fazer ambos, revelar e colocar tudo na internet”. (Débora)

“Gosto de revelar, mas quando estamos viajando, coloco as fotografias no facebook para os amigos e familiares nos acompanharem. Se viajamos em turma, mais fotografias postamos”. (Camila)

Em todos estes casos (a revelação das fotografias para a realização do álbum fotográfico físico, ou publicação *online*), as pessoas, viajantes assíduas ou não, buscam na fotografia o registro, a captação e a preservação da imagem naquele momento.

Nossos entrevistados revelam o quanto o ato de fotografar significa para eles:

“É legal, mas não é fundamental. Prefiro curtir o espetáculo do que ficar apenas registrando tudo em fotos e deixar aqueles momentos passarem”. (Débora)

“Registrar um lugar ou um momento único, um fato que não se repita facilmente seja pela dificuldade de um retorno ou porque não existem dois momentos iguais”. (Fernando)

“Sou péssimo fotógrafo tiro muitas fotografias e pouco olho depois. Prefiro ficar lembrando-me, só quando são fotos de lugares que muito sonhei em ir é que olho com mais frequência, mas é uma bela arte que tem sua validade para registrar momentos ímpares”. (Augusto)

“Gosto muito, principalmente quando estou conhecendo lugares novos”. (Maria)

“Vamos aprendendo aos poucos. Às vezes, pelo curto tempo, temos que ser rápidos. Mas com a era digital ficou mais fácil. Podemos repeti-las se não ficou muito boa”. (Helena)

Para alguns, existem as limitações, conforme mencionado. Mas as limitações não são motivos para que as pessoas deixem de fotografar tudo, ou melhor, quase tudo em uma viagem.

Todos nós buscamos alguns mais, outros menos, registrar o nosso dia a dia em uma viagem. Estas fotografias, num futuro próximo ou num futuro longínquo, nos trarão a nostalgia daquele momento, da recordação, da felicidade e outros tantos sentimentos que só uma imagem pode revelar.

Muitas pessoas adoram a fotografia digital por terem a possibilidade de tirar várias imagens e depois escolher a que ficou melhor. Isso afeta de modo especial às pessoas que realizam viagens turísticas.

Cecília Meireles (1953), em uma de suas crônicas, já descrevia o quanto a fotografia é importante para um viajante, e comenta que:

“[O turista] é uma criatura feliz, que parte por este mundo com a sua máquina fotográfica a tiracolo, o guia no bolso, um sucinto vocabulário entre os dentes: seu destino é caminhar pela superfície das coisas, como do mundo, com a curiosidade suficiente para passar de um ponto a outro, olhando o que lhe apontam, comprando o que lhe agrada, expedindo muitos postais, tudo com uma agradável fluidez, sem apego nem compromisso, uma vez que já sabe, por experiência, que há sempre uma paisagem por detrás da outra, e o dia seguinte lhe dará tantas surpresas quanto à véspera.

O viajante é criatura menos feliz, de movimentos mais vagarosos, todo enredado em afetos, querendo morar em cada coisa, descer à origem de tudo, amar loucamente cada aspecto do caminho, desde as pedras mais toscas às mais sublimadas almas do passado, do presente até o futuro – um futuro que ele nem conhecerá.” (MEIRELES, 1953, p. 101-104).

Conforme Meireles (1953) descreve, existem os turistas e os viajantes, e muitas vezes nós mesmos nos sentimos os dois, por queremos aproveitar o momento sabendo que amanhã teremos mais surpresas. Os turistas seguem a risca seus guias de viagens, mapas e dicas. Já os viajantes, buscam aproveitar o tempo que tem para desvendar os lugares da sua visita, são mais calmos e muitas vezes mais experientes.

Percebeu-se ao longo das narrativas, que muitos de nossos entrevistados buscaram informações e até mesmo adquirir suas viagens na

internet. Preferem ter a autonomia de escolhas, e não ficar presos a horários e guias de turismo, são os viajantes nervosos.

Nos relatos de viagens dos nossos informantes, ao longo de suas narrativas, percebemos que eles possuem distintas motivações para a realização das viagens. Há os religiosos, que buscam através de uma viagem o entendimento em que haja experiências subjetivas quanto ao transcendente. Existem também os turistas que buscam uma viagem apenas pelo lazer. Há aqueles que aproveitam uma viagem de eventos para conhecer o destino turístico nos horários livres. Outro tipo existente de turista é aquele que busca através de motivações “culturais” aproveitarem a viagem para descobrir e conhecer novos museus, novas línguas, comidas, etc...

Nas entrevistas, ao perguntarmos como eles escolhem seus destinos de viagens, tivemos várias motivações. Alguns buscam a viagem pelo fato de terem parentes próximos, onde possam obter a residência como um lugar para ficar e poder aproveitar o que tem por perto. Outros escolhem o destino por terem alguma afinidade com a língua. Ou simplesmente, por terem curiosidade na cultura local. A possibilidade da viagem para comprar, também tem levado muitos turistas a realizarem estes passeios.

A motivação religiosa levou Célia a conhecer a cidade perdida dos Incas, a famosa Machu Picchu. A escolha do destino foi influenciada por ter um significado para ela, espiritual. Célia disse que viajar para este destino, seria mudar muita coisa na sua vida após seu retorno. Nas suas recordações, mencionou que foi uma viagem cansativa, mas que valeu a pena.

Foi uma viagem exaustiva, interessante e também barata. Estávamos em cinco pessoas, e podíamos dividir os passeios, os taxis, os hotéis. Com estes amigos, pude me sentir segura. (Célia)

Para Suzana, toda vez que precisa viajar para congressos, aproveita para conhecer a cidade e os pontos turísticos. Nesta situação, a motivação em questão é a viagem por motivo de trabalho/evento. Suzana comentou que ela aproveitou tanto o evento como também os passeios oferecidos pelo hotel.

Não conhecia Manaus, aproveitei o evento para conhecer. Foi uma grande surpresa. Um lugar muito

diferente de tudo que já tinha conhecido. Se não fosse a umidade, com certeza seria um lugar onde gostaria de morar. (Suzana)

O motivo que levou Augusto viajar para a Inglaterra foi o seu interesse por história irrigada através de livros que lê. Estimulado pela história deste navegador, o Sir. Ernest Schckleton, Augusto buscou informações sobre a vida e a trajetória de um “grande homem”, o que o levou a ir até a Inglaterra. Determinado a seguir os passos deste “cavalheiro”, Augusto encontrou uma exposição em Dulwich College (Londres) onde estariam expostos alguns objetos que este “nobre cavalheiro” usou em suas expedições. Podemos perceber que o Sr. Augusto além de ter a motivação do interesse cultural, também buscou a aventura para suas realizações.

Tenho vontade de conhecer lugares que me tragam conhecimento através da história e geografia, ou cidades centenárias, milenares e belezas naturais. (Augusto).

A maior parte dos turistas buscam em suas viagens o lazer e o descanso, mas acabam por trazer em sua bagagem muito mais, como é o caso de Fernando, que escolheu em seus destinos conhecer mais sobre os detalhes pitorescos dos lugares visitados.

Toda a viagem tem que ser um aprendizado, e possibilitar um crescimento pessoal e intelectual. (Fernando)

O que acabamos de analisar acima, pode ser melhor visualizado no quadro que se segue, onde constam as preferências dos nossos colaboradores.

Quadro 01- Análise de informações:

Nome	Internet	Fotografias	Turismo
Fernando	Utiliza a internet para buscar informações sobre seu destino de viagem, não publica as fotos nas redes sociais	Adora fotografar, para lembrar mais tarde da viagem, prefere fotografias impressas e álbuns	Adora conhecer novos lugares, que possam trazer novas experiências
Helena	Utiliza pouco, e não gosta de postar as fotos nas redes sociais, só posta quando os familiares pedem muito	Adora fotografar, e não gosta muito das selfies, mas utiliza esta nova tecnologia quando não tem opção. Utiliza muito álbuns fotográficos	Sempre que pode está viajando com seu marido. Prefere lugares que não tenha conhecido ainda e busca auxílio nas agências de viagens
Maria	Posta tudo nas redes sociais, adora publicar, pesquisar e comprar na internet	Adora tirar fotografias, selfies. Tira fotografia a cada segundo para registrar tudo. Não revela nenhuma fotografia, tudo fica na internet	Sempre que pode viaja uma vez ao ano, e prefere viajar com amigos ou familiares
Débora	Utiliza muito para comprar tudo, desde viagens até roupas e outros produtos, acha muito útil e fácil	Acha interessante registrar os lugares e os momentos, mas não fica presa a isso. Possui muitas fotos nas redes sociais e em álbuns.	Sempre que pode está viajando, organiza a vida para todo o final de semana conhecer um local diferente
Célia	Quase não utiliza a internet.	Gosta de registrar os momentos da viagem, e prefere revelar as fotografias	Quando viaja, sempre procura viajar em grupos e com agências de viagens
Suzana	Procura informações e valores, mas não utiliza para comprar nada, nem publicar nas redes sociais	Fotografa tudo o que pode, e não gosta de revelar as fotografias. Possui tudo no computador ou pen drive	Viaja muito, e utiliza as agencias de viagens para auxiliá-la. Sempre viaja em grupos
Joana	Adora procurar informações na internet , mas não compra nada nem publica nas redes sociais	Faz muitas fotografias, e prefere tirar dos lugares, quase não sai nas fotos e não gosta das selfies	Viaja de dois em dois anos e sempre que pode fica até três meses viajando, para aproveitar muito
Augusto	Prepara toda a viagem na internet, desde informações como compras de passagens, hotéis, passeios	Adora fotografar, não é um bom fotografo mas registra muitos lugares, não gosta de revelar as fotos, só quando são muito especiais	Viaja sempre com o interesse em conhecer um lugar que tenha lido em algum livro ou que seja muito interessante
Camila	Adora publicar as fotografias das viagens para que todo mundo possa acompanhar , e utiliza a internet para ter informações dos lugares e algumas vezes compram as passagens pela internet	Tira muitas fotografias, revela poucas e prefere deixar tudo no computador	Já conheceu todo o Brasil, e pretende conhecer muitos outros lugares no exterior. Viaja sempre 2 vezes ao ano.

Analisando tal quadro, podemos perceber que os nossos participantes são bem diferentes entre si, e que a maior parte deles busca valer-se das modernas tecnologias digitais para a boa realização de suas viagens.

A maior parte deles utiliza a internet como ferramenta de busca das suas viagens tanto como busca de informações como a compra de serviços e passagens aéreas. A internet possibilita a publicação das fotografias em redes

sociais, facilitando a comunicação entre os viajantes e seus amigos e familiares.

Percebeu-se então que a internet agrega o turismo e a fotografia como facilitadora de comunicações. Vive-se na era da internet, que proporciona uma grande troca de informações. O mundo visual, ou da fotografia, não somente a utiliza, como depende cada vez mais do seu conteúdo e forma para atingir objetivos e metas.

A fotografia e o turismo se complementam pelo fato de que a fotografia ter se tornado um instrumento importante na divulgação dos destinos turísticos. Estes destinos turísticos são divulgados através das manifestações artísticas das imagens geradas pelos próprios habitantes, pelo mecanismo de marketing na disseminação das imagens dos destinos turísticos, como registro histórico através da preservação da memória.

Percebe-se que as transformações ocorridas nas últimas décadas estão alterando a forma como as pessoas estão se comunicando e se relacionando. Assim viu-se que algumas das pessoas entrevistadas estão deixando de curtir a viagem ao vivo para curtir através da tela dos *iphones* e máquinas fotográficas.

As pessoas viajam para lugares que sempre desejaram conhecer, guardaram dinheiro, e se privaram muitas vezes de várias coisas apenas para realizar o sonho de conhecer um lugar, e passam a maior parte do tempo registrando tudo para apenas publicar nas redes sociais e mostrar para os outros que estão viajando.

Por fim, buscou-se através das narrativas aqui trabalhadas, identificar o valor dado às memórias, identidade familiar nos tradicionais álbuns de família e também à exposição virtual na rede mundial de computadores, através de suas imagens fotográficas de viagens.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados, buscou-se, através desta dissertação, identificar as interferências que a Globalização realizou no mundo, principalmente no turismo e na fotografia em tempo de tecnologias modernas.

Levando-se em conta o que foi observado, a Globalização possibilitou a aceleração dos meios de comunicação e tecnologias que permitiram ao longo dos anos um aumento na locomoção das pessoas pelo mundo. Estes deslocamentos cresceram por causa dos avanços tecnológicos nos transportes (aviões, trens, navios e carros), possibilitando viagens mais acessíveis.

Procurou-se, esclarecer este trabalho com um pouco da história do turismo, da fotografia e a relação de ambos com a internet através das narrativas de viagens turísticas.

A inspiração para darmos vida a esta dissertação, veio através de uma inquietação a respeito das narrativas de viagens, que percebi estarem se transformando. A modernidade apresenta-nos várias mudanças e cada vez mais vem exigindo que cada um de nós saiba viver/conviver nessa época mutável tanto no espaço sócio histórico quanto cultural.

Atualmente, percebe-se uma alteração na maneira como as pessoas estão fazendo suas narrativas de viagens. Houve um tempo em que recebíamos as pessoas em nossas casas para relatarmos como tinha sido a viagem, e aproveitávamos para mostrar nossos álbuns fotográficos. Com as redes sociais fazendo parte de nossas vidas, utilizamos destas novas ferramentas para postar nossas fotografias diárias e de viagens, mudando a forma de como narramos nossos momentos.

Através das narrativas de viagens pode-se compreender que as pessoas buscam durante as suas viagens muitas coisas, tais como: a liberdade, a busca de novas experiências, novos conhecimentos, novos olhares, novos aprendizados, novas amizades, etc...

A interpretação e releitura que cada um dos participantes desta pesquisa realizou sobre sua experiência, foi bastante ilustrativo para nossos propósitos

de pesquisa. Percebemos o quanto as imagens foram importantes para o desenvolvimento das narrativas, e que através das fotografias, as pessoas puderam refazer a sua viagem de outra maneira, através da sua memória.

Para a realização da pesquisa tentei manter um distanciamento, para não interferir nas ideias e nas narrativas dos lugares. Assim, ao longo de toda essa análise e processo de reflexão e construção, lidei com imaginários. Estes imaginários que se formam antes de irmos conhecer um lugar escolhido, um lugar sonhado e tanto idealizado.

Para o estudo busquei o aporte necessário nos mais diversos textos que pudessem ajudar na compreensão das mudanças ocorridas no turismo após a Segunda Guerra Mundial, com a fotografia tornando-se um fator predominante na fixação da imagem e a internet como facilitadora das comunicações e a quebra das barreiras comerciais e culturais.

Percebi através da história o quanto o turismo cresceu e se desenvolveu, buscando acompanhar o desenvolvimento, oferecendo serviços, transportes, segurança e preços diferenciados.

Na história da fotografia, observei a busca da perenização, da imagem como recordação de uma viagem, de um lugar, de uma pessoa. A captura deste momento como incitação da imaginação, que nos faz pensar sobre o momento em que foi tirada, e na história que ela possui. As fotografias apresentadas pelos participantes das narrativas tiveram um significado importante, trazendo as lembranças da viagem, das pessoas e da história que possui.

A forma como as fotografias são guardadas mudou com o tempo. Algumas pessoas ainda possuem álbuns fotográficos, mas a maior parte guarda tudo em seus computadores ou *pendrives*. Estas novas tecnologias possibilitaram a mudança de divulgação das imagens e formas de armazenamento. A internet facilitou esta mudança, oferecendo a cada dia novas plataformas e as maneiras sofisticadas de guardar estas fotografias. A facilidade em se obter uma imagem possibilitou a mudança social e o olhar para as novas tecnologias.

Percebi que nossos participantes estão cada vez mais interessados nas novas tecnologias, e que não ficaram presos aos velhos costumes de guardar álbuns fotográficos. A internet uniu a fotografia e as viagens em um único lugar.

A busca pelas informações de viagens cresceu muito com a internet, e ao mesmo tempo dificultou a vida das agências de viagens, pois hoje todo mundo sabe tudo dos lugares que pretende conhecer, e são cada dia mais beneficiados pelos sites e blogs de viagens como também pelas ferramentas que o *Google Street View* disponibiliza.

As mudanças são percebidas em todos os lugares e devemos isso a Globalização que nos possibilitou a aceleração das trocas de bens e serviços abrindo espaços para novos mercados em todo o mundo.

Por fim, a pesquisa nos permitiu analisar essa intrincada relação entre viagens turísticas e fotografias em tempos de internet. Percebeu-se a capacidade das novas tecnologias interferirem nas formas que uma sociedade / pessoa interage com as demais através das redes sociais.

Foi possível analisar que as imagens apresentadas configuraram como mais um campo para pesquisas pouco explorado e que deixarei como questões pendentes para trabalhos futuros.

REFERÊNCIAS

- ACERENZA, Miguel Angel, Promoção Turística. Um enfoque metodológico. São Paulo, Pioneira, 1991.
- ADLER, Judith. **Travel as performed art**. American journal of Sociology. 1989.
- ALVIM, Zuleika. **A América e seus novos descobrimentos**. Revista USP, 1991-92.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ANSARAH, Marília G.R. **Teoria geral do turismo**. Como aprender, como ensinar Turismo. Editora Senac, 2001.
- ASHTON, Mary Sandra G. **Parques Temáticos**. Turismo na Pós-modernidade. Doutoranda em Comunicação Social PUCRS - EDIPUCRS. 2003.
- AUGE, Marc. **L' impossible Voyage** . Paris, Rivages, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As consequências humanas**. Rio de Janeiro, Zahar, 1998.
- BARBOSA, Elisabete; GRANADO, António. **Weblogs: diário de bordo**. Editora Porto, Porto , 2004.
- BARRETTO, Margarita; TAMANINI, Elizabete; SILVA, Maria Ivonete Peixer da. **Discutindo o ensino universitário de turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 2004
- _____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas-SP: Papyrus, 1995.
- _____. **Cultura e Turismo**. Papyrus, São Paulo, 2007.
- BENI, Mário Carlos. **A Globalização do turismo**. Editora Aleph, 2003.
- _____. **Análise estrutural do turismo**. 6 ed. São Paulo, SENAC, 2001
- BENJAMIN, Walter . **O narrador**: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: Obras Escolhidas v.1, 2.ed. São Paulo, Brasiliense, 1994, p. 197-221(escrito em 1936 sob o título Der Erzähler: Betrachtungen zum Werk Nikolai Lesskows).
- BORGES, Maria Eliza Linhares. **História & Fotografia**. Autêntica, Belo Horizonte, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **La fotografia : um arte intermédio**. México, Nueva Imagem, 1989 – Publicado originalmente em 1965.
- BURKE, Peter. **A escrita da história: Novas perspectivas**. Editora UNESP, São Paulo, 1991.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.
- _____. **A Sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. **Turismo X Espaço – reflexões necessárias na pós-modernidade**. Turismo na Pós-modernidade. EDIPUCRS. 2003.

- CAUDURO, Flávio Vinicius. **A prática semiótica do design gráfico**. Verso & Reverso. n. 27, jul./dez., 1998.
- CROUZET, Maurice. **História geral das civilizações: o século XIX, as civilizações não-Europeias, o Limiar do século XX**. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1996.
- DANTAS, José Carlos de Souza . **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: uma questão de estratégia**. São Paulo, Roca . 2002.
- DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente**. Petrópolis, Vozes, 1993.
- DOWBOR, Ladislau. IANNI, Octavio e RESENDE, Paulo-Edgar. **Desafios da Globalização**. Editora Vozes. 1997.
- DUBOIS, Phillipe. **O Ato Fotográfico: e outros ensaios**. Campinas, SP, Papyrus, 1994.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Com Raiva e Paciência**. Tradução: Lya Luft. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- FERRARA, Lucrécia. **Olhar periférico: informação, linguagem, percepção ambiental**. Edusp, São Paulo, 1993.
- _____. **O Turismo dos deslocamentos virtuais**. Editora Hucitec, 1995.
- FREUND, Gisèle. **Photographie et Société**, Editions de Seuil , Paris, 1974
- FIGUEIREDO, Silvio Lima ; RUSCHMANN, Doris. **Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas**. Novos cadernos NAEA, 2004.
- GAUTIER, Théophile. **Voyage en Espagne**. Paris, 1840.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. Unesp, 1991.
- _____. **O mundo na era da globalização**. Editora Proença, 2000.
- _____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro, 2002.
- _____. **Mundo em descontrole- o que a globalização está fazendo de nós**. 3. Ed. Rio de Janeiro. Record, 2003.
- GOLDBERG, Vocki. **Picture this**. In: LIFE. Colector's Edition – The 1999 Eities. Nova Iorque, 1999.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas , Editora Papyrus, 1993.
- HACKING, Juliet. **Tudo sobre Fotografia**. Editora Sextante, Rio de Janeiro, 2012.
- HANNERZ, Ulf. **Cosmopolitas e locais na cultura global**. Cultura Global: Nacionalismo, globalização e modernidade. Editora Vozes, 1990.
- HOBBSAWN, Eric. **A era dos extremos: o breve século xx**. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- _____. **A era das Revoluções**. São Paulo, Paz e Terra, 2005.

- HOOKER, J.T. **Lendo o passado: Do cuneiforme ao alfabeto, A história da escrita antiga.** Edusp, São Paulo, 1996.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & História.** Editora Ateliê, São Paulo, 2001.
- _____. **Realidades e Ficções na Trama Fotográfica.** Ateliê, São Paulo, 1999.
- LANG, Tania C. **The effect of internet on travel consumer purchasing behavior and implications for travel agencies.** Journal of Vacation Marketing, v.6, n.4, p.368-385, 2000.
- LE GOFF, Jacques. **Documento/monumento.** In: Enciclopédia Einaudi, Memória-História. Imprensa Nacional, Lisboa, 1985.
- LEITE, Miriam Moreira. **Retratos de família: Leitura fotográfica histórica.** Editora da Universidade de São Paulo, 1993.
- _____; FELDMAN-BIANCO, Bela orgs. **Desafios da Imagem: Fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais.** Papirus, Campinas SP, 1998.
- LE MOS, Amalia Ines. **Turismo: Impactos socioambientais.** Editora Hucitec, 1995.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência – O Futuro do Pensamento na Era Informática.** Lisboa, Instituto Piaget, 1994.
- _____; AUTIER, Michel. **As Árvores do Conhecimento.** Lisboa, Instituto Piaget, 1998.
- LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo.** Trad. Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Os Tempos Hipermodernos.** Editora Barcarolla, São Paulo, 2004.
- LUCHIARI, Maria Tereza D.P. **Urbanização Turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo.** Coleção Turismo. Olhares Contemporâneos sobre o turismo, Papirus, Campinas, 2000.
- MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum.** Introdução a sociologia compreensiva. Porto Alegre, Sulina, 2010.
- _____. **O tempo retorna.** Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2012.
- _____. **O imaginário é uma realidade.** Entrevista concedida a Revista Famecos, n.15, 2001.
- MAUSS, Marcel. **Théorie des civilisations.** Paris, 1974.
- MAUAD, Ana Maria. **Poses e Flagrantes: Ensaio sobre História e Fotografias.** Editora EdUFF, Niterói, Rio de Janeiro, 2008.
- MARCELLINO, N. C. (Org.). **Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte.** Campinas: Papirus, 2003, p. 19-30.

- MEIRELES, Cecília. **Crônicas de viagem 2**. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1999.
- _____. **Crônicas de viagem 3**. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1999.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo, 2006
- MOESCH, Marustchka. **Turismo e lazer: conteúdos de uma única questão**. In: MOLINA, Sérgio. **O Pós-Turismo**. São Paulo, Aleph, 2003.
- MONTAIGNE, Michel de. **Os Pensadores. Ensaio** Volume I e II em 1580. Editora Nova Cultura, São Paulo, 1996.
- MORIN, Edgar. Clotet, Joaquim. Machado, Juremir. **As duas globalizações**. Complexidade e comunicação uma Pedagogia do presente. EDIPUCRS, 2001.
- MUSSO, Pierre. **Tranças da Rede. A Filosofia da Rede**. Editora Sulina, Porto Alegre, 2004.
- NEIVA JR. Eduardo. **A Imagem**. Editora Ática, São Paulo, 2006.
- PAOLILLO, André Milton; REJOWSKI, Mirian. **TRANSPORTES**. Coleção ABC do Turismo, Editora Aleph, São Paulo, 2002.
- PANOSSO NETTO, ALEXANDRE; TRIGO, LUIZ GONZAGA GODOI. **Cenários do Turismo Brasileiro**, Aleph, São Paulo, 2009.
- PAVIANI, Jayme. **Cultura, Humanismo & Globalização**. Editora Educs. 2004.
- OLIVEIRA, Diney Adriana N. **Turismo e Pós-modernidade –Complexidades**. Turismo na Pós-modernidade. EDIPUCRS. 2003.
- ORTIZ, Renato. **A viagem, o popular e o outro**. Editora Olha D'Água. 1995.
- _____. **Mundialização e cultura**. Editora Brasiliense, São Paulo, 2000.
- PELIZZER, HILÁRIO. **Uma introdução à Técnica do Turismo – Transportes**. Pioneira, São Paulo, 1978.
- PERRONE- MOISÉS, Leyla. **Caminha e Gonneville**. Revista USP, 1991-92.
- PRATT, S. **The economic impact of tourism in SIDS**. Annals of tourism research. N.52, p.148-160 2015.
- RAHDE, Maria Beatriz. **Imagens de arte/comunicação. Tendências modernas & pós-modernas**. In: Tendências na Comunicação, v. 4. Porto Alegre: RBS, L&PM, 2001.
- _____. **Imagem – estética moderna e pós-moderna**. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.
- _____. **Leituras Iconográficas e Pós-modernidade: da criação humana à criação do humano/máquina**. Revista FAMECOS. Porto Alegre: no. 11, dezembro 1999.

- RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável**. A proteção do meio ambiente. Editora Papirus, São Paulo, 1997.
- SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- SOARES, Luís. **Contra a corrente: Sete premissas para construir uma comunidade virtual**. Lisboa, Editora Centro Atlântico, 1999.
- SANT'ANNA, Adriano Lins Pinheiro; JARDIM, Gabriel de Sena. **Turismo on-line: oportunidades e desafios em um novo cenário profissional. Observatório de Inovação do Turismo**. Revista Acadêmica. Vol. 2, n. 3, set. 2007.
- SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**. Paulus, São Paulo, 2004.
- SANTOS, Milton. **A aceleração contemporânea: tempo mundo e espaço mundo**. In Milton Santos e outros. **O novo mapa do mundo: fim do século e globalização**. São Paulo, Hucitec/ ANPUR, 1993.
- SCHWARZKOPF, Alejandro L; BONOTTO, Cléo Adriano. **A Globalização e seus mitos. Visões do Mundo Contemporâneo**. Facos- UFSM, 2007.
- SOUGEZ, Marie-Loup. **História da Fotografia**. Dinalivro, Lisboa, 1996.
- SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Companhia das Letras, São Paulo, 2004.
- TRIGO, Luiz Gonzaga G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Editora Papirus, 1998.
- URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.
- WAINBERG, Jacques A. **O movimento turístico – Turismo na Pós-modernidade**. EDIPUCRS. 2003.
- YÁZIGI, Eduardo. CARLOS, Ana. CRUZ, Rita. **TURISMO: Espaço, Paisagem e Cultura**. Editora Hucitec, 1999.
- ZUMTHOR, Paul. **La Medida del Mundo – Representación del espacio en la Edad Media**, Cátedra, Madrid, 1994.

SITES:

Embratur

[http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo contribui com 9 do PIB mundial.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo%20contribui%20com%209%20do%20PIB%20mundial.html)

PANROTAS:

http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/destinos/2016/03/dubai-tera-o-maior-parque-de-diversoes-do-mundo_123968.html

No Olhar.tv

<http://noolhar.tv/foto-conteudo/selfie-a-moda-do-autorretrato>

