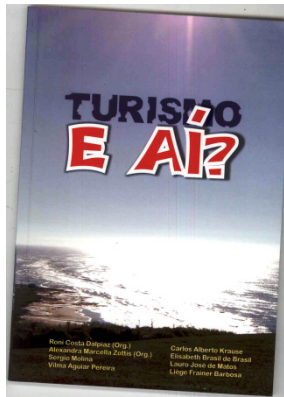


RESENHA



TURISMO, E AÍ?

Por Dra. Susana Gastal¹

“Produzimos a sociedade que nos produz. Ao mesmo tempo, não devemos esquecer que somos não só uma pequena parte de um todo, o todo social, mas que esse todo está no interior de nós próprios, ou seja, temos as regras sociais, a linguagem social, a cultura e as normas sociais em nosso interior.” **Edgar Morin, 1999, p. 23.**

O filósofo Edgar Morin, ao pensar o mundo contemporâneo, pode nos ajudar a também pensar o turismo hoje praticado, e que está presente neste livro de maneira tão apropriada. Começemos por retomar Morin com mais vagar, para pensar sua afirmação sobre produzimos a sociedade que nos produz: Qual sociedade estaríamos produzindo? Essa pergunta demanda um olhar um pouco anterior, pois uma geração costuma vivenciar a materialização do que foi sonhado pela geração que a precedeu. Caberia, então, perguntar: Que sociedade foi sonhada pelas

gerações anteriores? E, depois, que sociedade está sendo sonhada pelos que estão na universidade no presente momento?

No Brasil, hoje, somos herdeiros de um período de ditadura, quando o pensar e o questionar não eram atitudes recomendáveis para quem desejasse manter sua integridade física. Nesse cenário de repressão, alguns se mantiveram calados outros até aplaudiram as muitas exceções cometidas. Poucos foram os que protestaram e enfrentaram os ditadores, em muitos casos pagando com a vida por sua atitude. Mesmo que hoje certas arrogâncias, filhas do desconhecimento e da manipulação de informações, julguem com a severidade do futuro olhando sobre o passado as atitudes de revolta dos anos 1960-1970, o Brasil que vivemos hoje é resultado de quem o sonhou naquele momento turbulento. Os acomodados e os silenciosos costumam sonhar pequeno; os inquietos, sonham grande.

Retomando com esse olhar a presente publicação, a partir do seu título –TURISMO, E AÍ? – as possíveis respostas permitem pelo menos duas abordagens dos sonhos que ela materializa. Primeiro, o livro como testemunho e resultado de um sonho, sonhado há mais tempo, quando nos anos 1990 houve uma grande fé em que o turismo era, sim, uma área de práticas de mercado, mas que também se constituía numa área de conhecimento.

Tal postura não foi resultados de uma “descoberta”, mas fruto de uma nova postura de professores e alunos, que passaram a se dedicar mais a pesquisa e ao registro de suas experiências com o Turismo, o lazer e as viagens. Muitos livros passaram a ser escritos e também surgiram os cursos de mestrado na área, como espaços, por excelência, de pesquisa. Na graduação, mudou-se o enfoque: da exclusiva lógica no operacional e no fazer, buscou-se formar profissionais mais crítico e

¹ Doutor em Comunicação e mestre em Artes Visuais. Professor dos cursos de graduação e mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

aptos a pensar um mundo que, nos últimos trinta anos, sofrera processos de mudanças radicais em termos econômicos, sociais e culturais. Alguns dos textos aqui presentes, registram essa mudança, nas suas dores mas também nos seus prazeres.

A segunda abordagem a desatacar com o lançamento do *TURISMO, E AÍ?*, é a do sonho de turismo que está sendo sonhado nos seus sete textos, e que irão alimentar a realidade turística num futuro próximo. Molina², na página 13, nos alerta que é preciso:

Otorgarle importancia al conocimiento y a la tecnología para diseñar un turismo de nuevos fundamentos, exige revalorizar el talento y el capital humano. Este es la fuente de la riqueza y de la innovación, y por ello la participación de diferentes establecimientos educacionales y de capacitación resulta fundamental para impulsar un turismo como el que se está visualizando. Igualmente, la participación de ONG's y de organizaciones comunitarias resulta relevante.

Alexandra Zottis nos lembra que os bens materiais e imateriais que nos foram legados por nossos antepassados, “merecem uma atenção especial dos estudiosos em turismo pelas possibilidades que oferecem no campo cultural” (p.16). Na mesma linha da contribuição da cultura ao turismo, Elizabeth Brasil e Liege Barbosa afirma que ele “pode alimentar-se do fato folclórico, projetar culturas e saberes e, pelo seu caráter antropológico, apresentar a visitantes as peculiaridades do lugar através da cultura representada nas lendas, nas crenças, nos hábitos, nos costumes, na linguagem, enfim, em tudo o que constitui a ‘alma do lugar’.” (p. 42).

Krause, na sua vasta e profícua experiência com as agências de viagens, nos mostra que, ao contrário dos temores de muitos, a internet não é um bicho papão e que o “e-business é simplesmente uma extensão dos sistemas e mecanismos utilizados até agora.” Na mesma linha, Lauro Matos procura mostrar que

também os números – e a contabilidade – podem ter seu charme, além da utilidade, perguntando, na página 55, sobre “o que seria nossas vidas sem os números?”

Roni Dalpiaz procura inquietar o leitor e busca uma linha de pensamento que foge ao lugar comum, quando afirma que agradar e encantar o consumidor poder ser uma tarefa bastante árdua pois o “consumidor muitas vezes não sabe o que quer e, quando sabe, muda frequentemente de opinião a respeito”. Implícito na sua reflexão, a busca por entender os comportamentos sob a posmodernidade, quando as identidades se diluem e as identificações são fluidas.

O texto de Wilma A Pereira, intitulado *TURISMO E FUTURO*, adequadamente encerra o livro e, como não poderia deixar de ser no mundo da complexidade, encerra não com afirmações, mas com perguntas: “Morin nos remete ao comprometimento, a uma consciência de que é esse o tipo de pessoas do presente e do futuro, que viajam no tempo e no espaço, as quais planejam e utilizam os serviços prestados pelo setor turístico. Estamos preparados para desempenhar um trabalho com tantas crises sucessivas?”

O que estes sete textos parecem sonhar, é que o mundo da globalização não pode significar o desaparecimento do território físico, alimentado pelo aumento da velocidade e aceleração dos tempos, mas que devemos retomar o território como fonte de inspiração e ações para o Turismo. E, ato contínuo, que a cultura se dá no território, não só nas expressões materiais, mas também na imaterialidade dos falares, dos mitos e das lendas. Ser posmoderno, na sua interface com a mobilidade e o turismo, também significa desmistificar velhos tabus, como o medo a tecnologia e aos números. E que, se muitas vezes não sabemos para onde ir – metafórica e concretamente -, isso não deve ser problema: afinal, nossos clientes, passageiros, hóspedes e companheiros de jornada também não sabem. E nisso o grande sonho sonhado no coletivo e colocado como desafio pelos autores: Vamos viajar juntos?

² O texto completo do professor Sergio Molina consta desta edição da RRV.