

A Territorialidade junto aos turistas jovens: uma contribuição do turismo à educação

Natanael Reis Bomfim*

Universidade do Estado da Bahia (Brasil)

Resumo: O turismo de jovens é hoje um fenômeno, cujas dinâmicas são pouco estudadas. O conjunto de conhecimento se volta sobre domínios específicos, portanto, pode-se concluir que a perspectiva de estudos interdisciplinares pode contribuir para um conhecimento aprofundado dos problemas da educação e do turismo, tocando assuntos ligados a cultura, ao turismo, ao território e a identidade. Assim, este artigo surge de uma pesquisa qualitativa, ao seio do Instituto de Pesquisa em Turismo, da Universidade de Paris 1, em parceria com o Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. O objetivo foi de compreender as representações dos jovens e suas práticas sociais nos lugares turísticos de Paris, a fim de apreender conteúdos possam guiar a atividade turística em também, melhorar o ensino/aprendizagem, em relação à formação continuada de professores. Os resultados, comparados com a teoria da modernidade avançada (TMA) de Guiddens (1991), apontam que o território parisiense tem um sentido que lhe é atribuído pelos jovens turistas onde suas práticas são flexíveis de seu projeto de viagem.

Palavras-chave: Educação, Turismo, Práticas, Projeto de Viagem, Paris.

The Territoriality among the young tourists: a contribution of tourism to education

Abstract: The young tourism today is a phenomenon whose dynamics are little studied. The set of knowledge turns on specific areas, so we can conclude that the prospect of interdisciplinary studies can contribute to a thorough understanding of the problems of education and tourism, touching issues related to culture, tourism, territory and identity. This article comes from a qualitative research within the Research Institute in Tourism at the University of Paris 1, in partnership with the Center for the Improvement of Higher Education - CAPES. The goal was to understand the representations of young people and their social practices in tourist places of Paris, in order to grasp the contents can guide tourism in also improving the teaching / learning in relation to continuing education of teachers. The results, compared with the theory of advanced modernity (TMA) Guiddens (1991), suggest that the territory Parisian has a meaning assigned to it by young tourists where their practices are a reflection your travel project.

Key Words: Education, Tourism, Practices, Project Travel, Paris.

1. Introdução

Atualmente, o turismo se afirma como um fenômeno social, econômico e comunicacional, onde envolve pessoas que se deslocam no tempo e no espaço em busca de prazer e diversão que atendam não apenas

as suas necessidades físicas imediatas, mas também os seus imaginários. Assim, o fenômeno do turístico se apresenta como um misto entre a subjetividade e objetividade dos sujeitos, em relação ao território, composto de processos socioculturais, políticos, geográficos, econômicos e educacionais (Gastal, 2000).

* Doutor em Educação pela Université du Québec à Montréal. Pós doutorado no Instituto de Pesquisa em Turismo, pela Universidade de Paris I, Sorbonne. Professor Titular da Universidade do Estado da Bahia, no Departamento de Educação, atuando na área de Didática com as disciplinas Metodologia do Ensino de Geografia e Pesquisa e Práticas Pedagógicas. É, ainda, professor pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia Educacional, na Área de Concentração de Processos Tecnológicos e Redes Sociais. E-mail: nabom_reis@hotmail.com

Em relação ao turismo de jovens, Chartier (2009) afirma segundo os dados anunciados pelo Organismo Mundial do Turismo, que estes têm entre 15 a 25 anos e representam 25% do tráfico mundial. Para Roiné (2011), estes são turistas particulares que representam, em torno, de um quarto da demanda turística distribuída e, 76% de trabalhadores e 48% de inativos em viagem. Em 2005, a UNESCO estimou que 2,5 milhões de estudantes estavam fora do seu país. É previsto para o ano de 2025 que este número aumente para 8 milhões.

Em relação a viagem turística, as motivações dos jovens apresentam pontos em comuns tais que: viagens internacionais, necessidade de falar línguas estrangeiras, ganhar experiência de trabalho, abertura a outras culturas de lugares pouco turísticos, vontade de aprender e tornar-se independente, bem como a necessidade de construir experiência (Ballatore, 2007). A Europa, ao oferecer este tipo de intercâmbio, responde a uma demanda crescente, quer como “mochileiro”, “routard” eles tendem a descobrir o mundo e viajar de maneira menos convencional seja como estudante, ou como estrangeiros em outro país.

Nesse sentido, alguns países assinaram acordos para enviar e receber jovens a cada ano. Na França este tipo de intercâmbio existe desde 1999. Outros países de destino são: Japão e Nova Zelândia desde 1999, no Canadá desde 2003, a Austrália desde 2004, a Coreia do Sul desde 2008. Assim, neste cenário a França se situa como país “importador”, tanto como “exportador” de estudantes (Ballatore, 2007).

Nesta perspectiva, no contexto educacional e nas ciências sociais (Geografia, Sociologia, Psicologia, etc.), durante os últimos vinte anos, os debates sociais e científicos colocam em evidência os termos: representações, territorialidade, lugares, etc. (Bomfim, 2009, 2004, 2000; Audigier, 1996, 1994, e Bailly Scariati, 1999 Bailly et al, 1995; Ferrier, 1998; Augé, 1994). Trata-se de fazer uma ligação entre os princípios fundamentais da sociedade, a inteligibilidade do espaço e os significados do espaço vividos pelos atores sociais, construídas em relação à sua participação na sociedade e sua identidade com este espaço. Estes debates, no meio acadêmico, têm produzido conhecimentos, novas propostas de didáticas e estratégias de planejamento para a formação de professores e profissionais da educação.

Entretanto, nota-se que os procedimentos didáticos não levam em consideração a experiência social de jovens estudantes no espaço e que os conceitos não são tratados como uma representação de um determinado espaço sócio, mas como a própria realidade. Isso não sensibiliza os alunos sobre a importância da geografia e do turismo em suas vidas, bem como não contribuem para a sua

formação como atores sociais capazes de pensar, de refletir, de experiência e de agir no espaço sócio.

Mas, no contexto brasileiro, o que sabemos das motivações e práticas dos jovens nos lugares? Quais as contribuições que estes resultados podem trazer para o ensino/ aprendizagem, para a formação continuada de professores? Estas perguntas são o ponto de partida para a nossa reflexão sobre a relação entre educação e turismo. Assim, para identificar e compreender as percepções e as riquezas que elas podem oferecer para a construção da aprendizagem significativa, antes de mais nada, é preciso percorrer os diversos trabalhos de pesquisas interdisciplinares: turismo, educação, geografia, entre outros, a fim de identificar o conhecimento produzido sobre o assunto.

2. Pesquisas Anteriores: Tendências e Limites

Atualmente, no domínio cultura e turismo, destacam-se os trabalhos de Santana Talavera (2005) (Espanha) Regina Schluter (2000, 2002, 2003) (Argentina). No Canadá (Quebec) L. Turgeon e J. Letourneau (1997). Na França, particularmente pela complexidade do fenômeno turístico, evidencia-se a equipe de pesquisa interdisciplinar em turismo (EIREST). No Instituto de Pesquisa Turismo, da Universidade de Paris 1, coordenado pela professora Maria Gravari Barbas-(2006), as pesquisas são desenvolvidas sobre quatro eixos sendo três que aderem ao nosso tema. 1) Turismo e metropolização que visa construir o conceito de metrópole turística, através de seus processos espaciais e dinâmicos (S. Jacquot, 2011): Turismo, património, desenvolvimento que busca as inter-relações entre o património e turismo, questionando as modalidades do desenvolvimento dos territórios (Djament Geraldine Edith Fagnoni Christine Mengin, 2005) e, finalmente, o eixo transversal, representações, imagens e imaginários turísticos que interroga o lugar do imaginário na constituição das cidades turísticas e o desenvolvimento dos patrimônios, ou das práticas turismo (Saskia Cousin, Lageiste e Jerônimo, 2011).

No Brasil, Maria Tereza Luchiari (2005), Álvaro Barreto Banducci e Margarita (2001) tratam da transformação da paisagem, dos lugares e das questões relacionadas com a memória, a cultura, a preservação e valorização do património. Notável, também, os trabalhos de Bomfim (2010) que buscam compreender a redefinição social e espacial dos territórios, através dos discursos dos grupos profissionais, antes e depois da introdução do turismo. Também, este pesquisador (2005, 2009, 2010) estuda as representações simbólicas construídas pelos indivíduos, a fim de compreender os padrões de mudança

dessas representações, em função das condições relacionadas com as grandes dimensões espaciais e a importância sociocultural. Desenvolve, assim, um conceito de território para uma contribuição educacional e interdisciplinar; identifica e analisa o potencial de sites e atrativos e sua relação com a identidade da comunidade residente.

Nota-se que a maioria dos estudos no Brasil e no exterior, em Antropologia, Sociologia, Geografia, Psicologia, entre outros, têm uma preocupação com os impactos do turismo na economia social, cultural e ambiental. No entanto, menos atenção tem sido dada à alteridade como um processo de interação e às relações entre os indivíduos dentro de um determinado território, onde a visão dos outros, permite uma melhor compreensão de mundo constituição de diferença: relações de gênero, relações interétnicas no trabalho e nos métodos de produção.

No entanto, no Brasil e em outros países, ao longo dos últimos 20 anos, se fizermos um paralelo entre educação e turismo de jovens, podemos observar que não há muita pesquisa. Quantitativamente Acevedo (2003) busca comparar as motivações dos consumidores mais velhos com as dos mais novos. Roiné (2011), numa perspectiva teórica e interpretativa, tem relacionado as práticas turísticas da juventude com os valores do turismo alternativo, a saber: respeito e valorização da população local, proteção ambiental, mobilidade e experiências em lugares diferentes, a viagem abordada como uma contribuição pessoal e não como um meio para relaxar ou desfrutar de uma atividade de lazer. Chartier (2009) baseando-se em várias pesquisas, estatísticas, livros e estudos científicos, busca para compreender as novas práticas alternativas de viagens de jovens, particularmente em trabalho e férias. Ballatore (2007) estuda a mobilidade geográfica institucionalizada de estudantes na Europa, em relação ao programa Erasmus – Programa de Intercâmbio da Universidade de Paris 1. Fonseca (2010) procura conceituar o termo educação turística originado de publicações em educação e turismo, para contribuir ao ensino no Brasil.

Desta forma, pode-se concluir que a perspectiva de estudos interdisciplinares pode contribuir para a compreensão dos problemas da educação e do turismo, abordando temas relacionados ao território, cultura e identidade. Entretanto, constata-se na literatura científica que os estudos sobre **representação de jovens turistas em relação aos lugares turísticos** é um assunto pouco explorado. Em consequência, nos parece necessário continuar a investigação indo a escuta dos jovens turistas a fim de identificar seus projetos de viagem e suas práticas em áreas turísticas, como forma de integrá-las no processo de ensino/aprendizagem.

3. Problema e Objetivos da Pesquisa

A partir do exposto levantam-se alguns elementos norteadores do nosso objeto de estudo: a) os jovens formam um grupo de interesse de vários segmentos da sociedade (meios de comunicação, adultos, políticos, empresas, organismos públicos); b) os jovens escolhem diferentes formas de projeto integrando a viagem; c) os jovens apresentam diversas qualidades, tais que: abertura de espírito, tolerância, capacidade de se comunicar e dinamizar suas experiências nos territórios visitados; d) o território tem dimensões e significados da identidade subjetiva (expressão da identidade e objeto da simbolização). Estes fundamentos nos levaram a realizar este estudo no contexto francês, em sintonia com a teoria da modernidade avançada (TMA) de Guiddens (1991), numa tentativa de descobrir como os jovens constroem seus planos de viagem (a escolha e justificativa da escolha da viagem) e suas práticas sociais em relação aos locais turísticos de Paris. Nessa perspectiva, pudemos questionar qual o pensamento de turista em relação ao seu projeto de viagem?; Ao chegar ao local turístico, aquilo projetado e conhecido atendeu aos seus sonhos? O que precisa mudar? (Atitudes, relatório social e institucional).

Com base destas questões, nosso objetivo geral é compreender as representações e práticas de jovens em Paris, a fim de compreender o seu conteúdo, que pode orientar as práticas sociais em áreas turísticas como também contribuir para a melhoria da ensino/aprendizagem, em relação à formação continuada de professores.

Tendo em conta os objetivos específicos, em primeiro lugar: 1) identificar e analisar o projeto reflexivo de viagem de turistas jovens (mochileiros), a seleção e justificativa da escolha de lugares, 2) identificar, analisar e comparar os elementos presentes nos lugares visitados com aquilo imaginado em seu projeto de viagem. Em uma segunda etapa, buscamos: 1) identificar e analisar as estratégias que podem contribuir para o desenvolvimento de práticas sustentáveis e exercidas pelo turismo em lugares turísticos e 2) identificar pistas sobre o uso de representações dos lugares turísticos para o ensino/aprendizagem.

4. Bases Teóricas e Conceituais do Estudo

Breve, analisa-se a teoria da modernidade avançada de Guiddens (1991) e busca-se apreender o conceito central do estudo, aquele do turismo de jovens, a fim de guiar os procedimentos metodológicos. De início, alguns conceitos de turismo de jovens e novas tendências, em seguida coloca-se em

evidência a teoria das representações sociais (Moscovici, 1960) ancorada com a TMA, estabelecendo uma ligação com o turismo de jovens, projeto de viagem e lugares turísticos. Finalmente, busca-se apreender alguns elementos que apoiam a discussão entre turismo de jovens e educação.

Segundo Chartier (2009), existe vários tipos de turismo de jovens: **o cultural** que trata de visitas em cidades, por curta temporada, para descobertas de lugares turísticos, monumentos e museus, pois o patrimônio material ou imaterial é um atrativo para os jovens. Para Ballatore (2007), hoje, as temporadas linguísticas onde os jovens são obrigados à falar, ao menos, uma língua estrangeira, para se inserir no mundo do trabalho. Neste sentido, na Europa como em outros continentes, vários programas de intercâmbio apareceram para facilitar os estudos dos estrangeiros. **O turismo de aventura** que, segundo Roiné (2011), trata-se de “mochileiros”, “*backpacking*” para a nova geração. É uma forma de viagem itinerante. Finalmente, o **turismo de festival** é uma outra particularidade de consumação turística de jovens, pois nestes eventos é possível se divertir, descobrir, fazer encontros e partilhar paixões que são os motores destas temporadas.

Nota-se que os jovens são capazes de se agrupar como outros grupos sociais ou classes de idade. Então, eles escolhem diferentes tipos de projetos, incluindo a viagem. O estágio, os intercâmbios universitários e o voluntariado são exemplos desses projetos. Isto promove a integração com um ambiente local que é diferente de sua cultura de origem, lhe permitindo assim de tomar iniciativas.

Os jovens matriculados neste tipo de rede tem por principal motivação a aprendizagem do mundo e o conhecimento de si mesmo. Mas, ainda, ao seio da sociedade é perceptível que os jovens sofrem de perturbações ligadas uma imagem negativa, como: falta de respeito, risco de danos materiais (vandalismo), falta de dinheiro, entre outros. Estas imagens, às vezes amplificadas pela mídia, são muitas vezes imprecisas, mas clichês custam a morrer (Chartier, 2009). Porém, de acordo com este autor, a definição de “mochila” (mochileiros) é bastante complexa, pois leva em conta um conjunto de critérios de comportamentos associados aos valores. O termo não tem tradução exata, mas é preciso distinguir os “mochileiros” cujos atores estão associadas com a estrada, pedindo carona, etc., daqueles outros turistas que muitas vezes se insere num circuito planejado.

Por isso que nos parece importante apreender o conteúdo das representações de jovens mochileiros (turistas), em relação ao significado que eles atribuem aos lugares turísticos e o exercício de suas práticas. As representações sociais (RS) desempenham um papel intermediário entre o individual

e o coletivo, tornando-os intercambiáveis. Assim, a singularidade desta teoria reside no tratamento de pontos de interseção entre as referências de grupos sociais e de suas preocupações individuais como sujeitos ativos.

Eles podem ser o produto (conteúdo) e processo, orientando as práticas sociais, como também, de ser guiada por elas. Logo, consideramos que as RS são principalmente estruturado em três eixos, um núcleo central, mais resistentes as mudanças, o ponto comum sendo devidamente social e coletiva, e uma periferia, mais flexível e disposta a mudanças para incluir eventos, idéias, objetos que são a priori contraditória a interação com novidades. Esses eventos que são integrados formam novas representações, sendo associadas às características individuais e ao contexto imediato, dependendo onde os indivíduos estão integrados (Abric, 2000).

O sucesso desta teoria é de constatar o interesse renovado pelos fenômenos coletivos, em particular, as normas que regem o pensamento social. Com isso, o “senso comum” é essencial para identificar a “visão de mundo” que os indivíduos ou grupos tem para tomar uma posição e sua utilização é essencial para compreender a dinâmica das interações e práticas sociais (Abric, 2000). Então o lugar do turista é consumido pelos atores sociais que exercem as suas práticas, salvo aqui, os conceitos centrais da identidade e do território, através das idéias de Dubet (1996), Augé (1990) e Bomfim (2009). Essas idéias, combinadas com a nossa, relativas a territorialidade de inferência turística, implica em algo percebido e experimentado pelos jovens em função de seus dois sistemas de pensamento sobre suas necessidades e experiências.

Neste contexto, o lugar turístico é analisado por múltiplos fatores que envolvem o meio ambiente, as necessidades e aspirações dos atores sociais que aí vivem e aqueles que os visitam. Procura-se esse entendimento, através da construção social dos lugares turísticos construídas por jovens turistas para se referir a sua identidade e significado. Assim, este trabalho está organizado com base na percepção dos valores e atitudes de atrações turísticas da cidade de Paris e de sua comunidade, pois de acordo com (Bomfim, 2009: 40-41), “o espaço vivido expressa a relação existencial (subjéctiva) dos indivíduos, suas práticas, suas memórias e seus lugares imaginários, onde se tecem progressivamente as relações entre as pessoas e os territórios.

A discussão dos conceitos de RS, as práticas sociais e culturais no modelo teórico apresentado aqui tentam entender as representações reconstruídas por jovens em relação ao lugar turístico, envolvendo categorias das diferentes formas de percepção, dos valores e das atitudes dos indivíduos, atribuídos e vividos no território, desde que o lugar

não tem sentido, se não houver um espírito, uma personalidade e um reflexo de toda a personalidade.

Ora, se o território tem um significado que lhe é atribuído pelos atores sociais, podemos supor que a teoria RS ancorado a TMA de Guiddens (1991) podem ajudar-nos a compreender que o turismo não é apenas um reflexo, mas um produto da realização das coisas produzidas por pessoas no seu espaço de vida e de trabalho. Para fazer isso, Guiddens (1991 discute o conceito de reflexividade, ao nível individual, coletivo e institucional, como forma de compreender os contextos: turistas pessoais, instituições de turismo e práticas sociais e culturais realizadas pelos atores sociais nos lugares visitados. Assim, o conceito de reflexividade sobre a prática é uma noção que foi colocada em evidência por diversos filósofos, sociólogos e educadores. Essas ideias tem aderencia sobre a experiência prática do sujeito e a influenciou a visão da modernidade.

Para Guiddens(1991, p.75) as concepções de indivíduo estão presentes em toda a cultura humana, qualquer que seja, portanto, suas características específicas na modernidade avançada. Em particular, ele lança a atenção sobre as definições contemporâneas de si, como «projeto reflexivo». Essas ideias são fundamentais para explicar a fluidez da identidade e do território, na medida em que os sujeitos são enraizados aos contextos tradicionais, à existência local e relativamente estável. Assim, segundo este autor, com a radicalização da modernidade, particularmente em função do recente da “globalização”, isso foi içado a patamares superiores de extensão e intensidade (GIDDENS, 1991, pp. 21-29).

Curiosamente, segundo Domingues (2002), considerando a centralidade do conceito nas obras acima discutidas, ele não recebe nunca uma definição precisa, entretanto Giddens (1991) aplica atenuantes para ampliar o conceito, quando se refere a “reflexividade” nas dimensões individuais, coletivas e institucionais.

Nesse sentido, de acordo com Giddens (1991, pp. 5, 80, 214), com a perda de autoridade da tradição, as “escolhas” de “estilo de vida” têm de ser negociadas entre uma pluralidade de opções. Nenhuma cultura pode “eliminar” completamente as escolhas no dia-a-dia, mas a modernidade leva isso a limites radicais, pois se trata de uma sociedade ou cultura “não fundacional” Isso significa dizer, segundo o autor, que nas culturas que precederam a era moderna, a tradição era valorizada porque perpetuava a experiência de gerações, então, a reflexividade existia subordinada às tradições. Com a transição para os tempos modernos, a reflexividade ganha um caráter diferente, “ela é introduzida na própria base da reprodução do sistema, de forma

que o pensamento e a ação estão constantemente refratados entre si.” (Giddens, 1993, p. 45).

Pode-se concluir que o modelo de Guiddens (1991) apresenta categorias que podem orientar pesquisas no contexto pessoal do turista (projeo de viagem), no contexto das práticas exercidas nos lugares turísticos, bem como na reflexividade individual, coletiva e institucional. Pode-se pensar, assim, na autonomia e no senso de segurança dos turistas em relação aos organismos institucionais do turismo (agências de viagem, serviços, transportes, hospitalidades, gestão dos espaços visitados, gestores, população residente).

5. Métodos e Técnicas de Investigação

Os trabalhos que se inscrevem no campo da teoria das RS são numerosos. Anadon (2002) identifica cinco grandes orientações de estudos e de pesquisas: a perspectiva centrada sobre os conteúdos, aquela que se interessa em apreender as estruturas das RS; outra centrada nos processos cognitivos que são a base das representações; os estudos que se interessam sobre as relações entre práticas e RS; finalmente, os trabalhos que questionam a origem destas representações. Por exemplo: as orientações de pesquisa centradas sobre o conteúdo privilegiam metodologias de tradição hermenêutica e interpretativa (entrevistas, desenhos, questionários, observação participante e análise qualitativa).

Medeiros (1998) utilizou a fotografia e a entrevista como meios de coleta de dados para compreender as RS que os adolescentes brasileiros sem abrigo tinham da rua como lugar de vida. No mesmo sentido, Revelin (2011) afirma que uma perspectiva etnoecológica, para estudar a relação sensível dos turistas num espaço natural, é importante seguir um procedimento qualitativo e empírico, baseado sobre três tipos de corpus complementares, a fim de abordar uma diversidade de situações de interações entre o turista e o espaço vivido, tais que da observação, do discurso e das fotografias.

Portanto, este estudo se inscreve numa perspectiva de caráter social do tipo qualitativa/interpretativa (Karsent, Savoie-Zajc, 2000). Buscou-se, então, escolher métodos e técnicas coerentes com o ângulo de apreensão do conteúdo das RS de Paris e das práticas de jovens turistas nos lugares turísticos, a partir de informações do discurso e outras formas de expressão como a fotografia.

a) Local da Pesquisa

Para este estudo escolheu-se a cidade de Paris, pois ele que tem, por excelência, vários lugares turísticos. Segundo Simon(2011), «ela é a força de uma

destinação onde o hiper-centro turístico perpetua (...) ela terá a difusão mundial que duravelmente teç penetrado os imaginário» (p.8), operando as práticas dos visitantes. Ainda, não apenas para estudar, trabalhar e estar na Europa, em particular Paris recebe os jovens do mundo inteiro.

b) Constituição, Características da Amostragem e Condições de Recrutamento

Nas ciencias sociais é difícil se utilizar de critérios de homogeneidade próprios de amostragens estatísticas representativas, pois é preciso considerar as singularidades que compõem o conjunto social que já é heterogêneo. Logo, nós escolhemos a amostragem teórica, que segudo Pires (1997) tem o objeivo de buscar indivíduos que tenham características bastante parecidas. Neste caso, a amostragem é consideada intencioal não probabilística, considerando os mochileiros (grupo de turistas jovens), homens e mulheres. Busca-se conhecer seus pontos de vista, suas experiências singulares, então, selecionamos participantes susceptíveis à fornecer o máximo de informações necessárias a fi, de atender os objetivos de pesquisa. Assim, a amostragem foi formada, a partirm dos seguintes critérios:

- Jovens que viajaram para Paris, ou seja mochileiros, pois eles tem a tendencia a respeitar outras culturas, consumir localmente, favorecer a valorização e o desenvolvimento de territórios menos conhecidos, longe dos grandes espaços turísticos (Roiné, 2011);
- Jovens entre 18 e 30 anos, pois eles são susceptíveis a partir, trabalhar, viajar ao estrangeiro. Estes apresentam um pensamento hipotético0dedutivo (formal) e uma tomada de consciencia subordinada aos fatores sociais; eles são capazes de se comunicar com os outros e iniciam sua vida ativa na sociedade (Piaget, 1989).

Para encontrar os participantes em potencial, buscamos a internet, pois os jovens estão cada vez mais, e rapidamente, usuários da informação que está ao seu reor, participando dos forums de disussão, criando blogs de viagem, escrevendo comentários/ou artigos sobre diferentes sujeitos. Logo, escolheu-se o site web <http://www.routard.com/>, como a primeira fonte de busca de dados sobre destinações, recolhendo história e impresões sobre viagens.

c) Instrumentos de Coleta e Anqlise dos Dados

Após considerar várias estratégias e técnicas que permitam apreender a representação, escolheu-se história de viagens e forums, onde o discurso foi

único corpus de análise. Para completar, optou-se em utilizar fotografia tomadas pelos jovens e pelo pesquisador, assim, permitindo enriquecer as informações sobre a complexidade do fenômeno estudado

Para o discurso sobre as histórias de viagens, o site: <http://www.routard.com/>, foi utilizado. As informações recolhidas foram clasificadas de acordo com as questões e objeivos de pesquisa, em seguida reagrupadas. Para tal, utilizou-se da técnica da análise do conteúdo discurso (Bardin, 1989), beseando-se na frequência das palavras, frases e ou parágrafos. Em seguida, agrupou-se por categoria semantica, a fim de montar os quadros de representações dos rsultados. Para as fotos, buscamos nos blogs deste site e também, outras tiradas pelo pesquisador e anexada ao discurso com ilustração. Dest forma, reconstruiu-se a realidade em conformidade com o passado, nos permitindo assim de discernir a significação dos objetos classificados. Os resultados das diferentes imagens do discurso foram superpostos e comparados com as proposições teóricas e conceituais, bem como com os resultados de outras pesquisas, contribuindo para a discussão de estratégias de intervenção que possam melhorar o desenvolvimento da educação e do turismo. Supõem-se o desenvolvimento de ações que impliquem na relação entre os turistas e os residentes da coletividade, o pessoal, guias de turismo e acompanhantes, professores e profissionais da educação patrimonial.

6. Resultados e Discussão

Dans cette partie, consacrée à l'analyse, les objectifs de l'étude, les principaux éléments théoriques et des résultats d'autres recherches soutiennent la démarche de description et d'interprétation des données.

Esta parte é dedicada a apresentação e dicussão dos resultados, em coerencia com os objetivos do estudo, os principais resultados teóricos e de outras pesquisas. Assim, análise de conteúdo refere-se ao discurso de 25 (vinte e cinco) mochileiros, homens e mulheres, cuja idade estava entre 15 e 30 anos. Todos vêm de vários países como: Argentina, Brasil, China, França, Japão, Marrocos. Devo dizer que não teve o objetivo de comparar o discurso entre eles.

Do ponto de vista dos atores sociais (discursos e fotos), tomamos o conteúdo da RS de Paris, tendo em conta as ações de investimento (pertença) e interpretação (atribuição) dos lugares turísticos. Estes atos de investimento e interpretação são realizados através de diferentes modos de identificação e sua relação com os espaços vividos durante a sua estadia.

Quadro 1: Pensamento sobre as Práticas em Paris no Projeto de Viagem dos Mochileiros.
N:=25

Total	Nº Atores	País	Projeto	Representação
	15	Brasil Espanha França	Cultural	Conhecer centros e eventos culturais
	06	Argentina China Marocco	Étudo	Buscar escola de língua de Francês; Buscar estágio
	03	França China	Aventura	Compartilhar momentos e conhecer coisas boas e ruins
Total	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

a) O pensamento sobre o Território Parisiense no Projeto de Viagem

Este tema foi pensado para identificar e analisar o projeto reflexivo de jovens turistas (estudantes e mochileiros). Ao longo do discurso dos participantes demos particular atenção para os diferentes significados atribuídos ao território parisiense como: escolha, formas, tempo, orçamento, etc. Referente ao projeto de viagem e para a primeira pergunta, “Por que você escolheu Paris”, é preciso dizer que no site do Fórum, buscou-se as respostas mais consistentes com as questões da pesquisa.

O quadro 1 mostra que a maioria dos turistas jovens tinham o desejo de vir a Paris motivado pela cultura (15), mas também para estudar outra língua e fazer estágios. (06). Aqueles que pensam em vir para estudar e compreender a cultura têm em seus projetos de viagem conhecer centros culturais, monumentos e museus. Os comentários a seguir são ilustrativos:

«Aqui, eu preparei a minha primeira viagem a Paris em outubro. Eis o meu itinerário: Dia 1: Quartier Latin Pantheon (...) Jardim de Luxemburgo. Inválidos (...) Rodin (...) 2º dia: Trocadero, a Torre Eiffel, num piquenique no Champ de Mars, perto da Torre Montparnasse (...) Dia 3: Museu do Louvre (...), Jardim des Tuileries, a Ponte Alexandre III, o Museu do Petit Palais Dia 4: Parc des Buttes Chaumont, Le Petit Train de Montmartre, Grevin (...) Dia 5: Versailles “(F2). (tradução do pesquisador).

Richards (2009) confirma estes resultados, quando ele disse que a pesquisa conduzida pela ATLAS

- Associação de Turismo e Lazer Educação (2004) e do CICT - Student Travel Confederation (2004) afirmam que «aprender sobre outras culturas «foi a motivação mais importante de jovens turistas. Isso quer dizer que, especialmente jovens estudantes tornam-se os turistas mais importantes para o turismo cultural, uma vez que proporcionam uma ligação entre a consumação cultural e a educação. Neste contexto, nota-se que a minoria fala em seus projetos de viagem sobre a aventura. Aqui está:

“Como mochileiro, desenhar o seu próprio percurso: ataques cardíacos, tolerância, generosidade, respeito, direitos humanos, a honestidade, as reuniões, a independência, o riso, a curiosidade... onde os valores que defendemos “(grupo).

Discutir esses elementos nos leva a evocar os valores humanos sobre o território. Por isto, Gwendal (2011) explica que o turismo urbano é agora um fenômeno cuja dinâmica é amplamente estudada, mesmo em uma cidade como Paris que é um mundo mediatizado (foto 1). Assim os níveis de gastos, a escolha dos modos de transporte, os diferentes motivos que governam as suas visitas são planejados. Além disso, de acordo com ele, a construção analítica e também os limites de “planos de viagem”, como esquema interpretativo, também são aplicados ao território parisiense. Portanto, há um quadro imaginário e outro real de viagem. O “projeto” não é um conceito particularmente usado no campo turístico e não é um elemento clássico das ferramentas conceituais para explicar a prática. No entanto, seu lugar é notável, quando

se trata de enfatizar a figura do turista como ator de sua viagem “(p. 2).

Foto 1: Divulgação da Cultura na Estação de Metrô em Paris.



Fonte: Foto do Pesquisador (2012).

Acezvedo (2003) confirma o que nós encontramos quando ela diz que os projetos de viagem de jovens turistas se inscrevem vários motivos: para entender, conviver, escapar da rotina e visitar novos lugares. Exceto, que temos avançado, quando mostramos a escolha dos jovens em relação ao patrimônio cultural, associado ao seu projeto de viagem. Cluzeau (2005) afirma que metade das publicações sobre *Backpacker* é dedicada ao lazer, mas não afetou a Paris, como uma grande cidade, pois os aspectos históricos e culturais ainda estão bem enraizados no imaginário turístico. Além disso, a partir do tipo de turismo que pode ser incorporados no projeto turístico de viagem de jovens, segundo ela, é preciso dizer que “as estadias linguísticas envolvem cerca de 600 mil adolescentes iniciantes, por outro lado, a França é que recebe o maior número de jovens (p. 28). Enfim, o conjunto de imagens não se opõem, mas demonstram a dinâmica social e cultural da metrópole parisiense, segundo o pensamento dos jovens turistas.

b) Lugares Imaginado e Lugares Reais.

Este tema buscou descrever os problemas que eles observaram a chegar nos lugares turísticos e suas possíveis soluções. Assim, através dos sentidos construídos por esses jovens turistas uma representação dos atrativos de Paris é elaborada e descrita. Para tal, questionamos: Chegando ao lugar turístico, o que conheceu e projetado atendeu os seus sonhos? O que precisaria mudar? (Atitudes, relações sociais e institucionais).

O quadro 2 identificou-se vários temas e objetos discursivos em torno do qual os mochileiros

representam Paris. Assim, verificou-se no discurso website que vinte e cinco (25) dizem que a cidade de Paris é composta por diferentes tipos de lugares. Estas representações estão ancoradas nas ações de investimento e estruturadas na interpretação dos jovens, quando eles comparam com as suas práticas e associam com elementos sociosimbólicos, estéticos e emocionais. Esta estrutura fornece a base para o reconhecimento e juízo de valor em dois pólos: positivo e negativo. Estes são revestidos pelas interações sociais e pelos problemas econômicos e ambientais. Pode-se então, afirmar que estes pólos constituem uma tensão socioespacial de inserção e marginalização que se ligam e se reconciliam com atributos simbólicos, proporcionando uma sentido ao território parisiense, pelo jogo de força que se estabelece através das práticas de espacialização e socialização. Em resumo, pode ler nas respostas dos mochileiros:

“Paris é medo, traição, ataques. Paris é uma festa [falando sobre o Dia Nacional]. Da Torre Eiffel, Notre-Dame, o Louvre, Invalides, Place de la Concorde, o Arco do Triunfo, a Ópera, Montmartre Sagrado Coração. A capital do “progresso” da Exposição Universal. Oscilações de Paris. Paris em Jazz. E no mês de maio tudo é alegre em Paris: barricadas greve na Sorbonne ocupação em geral. Surpresas em Paris. Paris canta. “É 05:00, Paris acorda...” Todas essas imagens têm alimentado o mito (H1).

(Paris) “não é perigoso, a menos que você tem medo de se apaixonar” (H4).

“Não pode ter bairros inteiros perigoso, mas algumas ruas devem ser evitadas à noite. Enquanto isso, em Paris a insegurança é muitas vezes mais uma questão de sentimento (...) só precisa de um mínimo de atenção, como em todas as cidades” (H5).

“A comida, os edifícios, a cultura do café, vinho e cerveja barata... Foi emocionante, cheio de história e de tirar o fôlego. Volto a cada ano. Paris é grande e cara, mas não é uma cidade tão grande? Paris é linda, dinâmica e cheia de comida orgasmo e história de ódio. Todos os dias, eu sonho com a magia que é Paris (...) Estar aqui é como estar em um verdadeiro filme de comédia romântica” (F6).

Pode-se notar que, pelo discurso e pelo mosaico de fotos 1 e 2, a maioria dos jovens turistas (21) que vieram a Paris aponta os lugares turísticos mais conhecidos e que são também os mais representativos, tais que: monumentos, jardins, museus, entre outros.

Quadro 2: Representações Sociais dos Mochileiros sobre a Cidade de Paris.
N=25

Total	N.º atores	Lugares reais e eventos	Imagens percebidas	Representações
	08	Bairro Latino, Panthéon, Museu Rodin, Louvre, Tour Eiffel, Arco do Triunfo	Culturais Históricos.	Identidade Cultural da Cidade
	07	Cafés, Pontes Passerelles, Mon Martre	Beleza, Amor, História	Romantismo da Cidade, MMistura de ficção e realidade
	06	Exposição Universal. Sorbonne, Praça da Concordia, Notre Dame, Greve, Bloqueio	Medo, Traição, Ataques, Festas, Progreso	Mito da Cidade Perfeita.
	04	Barbés Pigalle	Perigo e Amor.	Estereótipo da Cidade
Total	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

Mosaico 1: Festa Nacional da França. Em destaque os dois monumentos mais representativos.



Fonte: Fotos dos Mochileiros, <http://www.routard.com>, (2012).

Mosaico 2: Representações por imagens do Museu do Louvre e Jardim de Tuilerie



Fonte: Fotos do Autor (2012).

Mas, a cidade se apresenta como real e identitária. Segundo os jovens turistas ela é marcada por dois polos: positivo e negativo (amor e perigo), real e ficção (história e romantismo). Apesar disto, é importante dizer que quatro deles admitem as fragilidades stereótipo em relação aos bairros mais perigosos. Logo, eles consideram que a cidade de Paris tem, também, lugares de restrições, marcados por boas e péssimas qualidades. Ex: Foto 1, o Bairro de Barbés Rochechouart.

Estes discursos nos permitem pensar que os mochileiros reconhecem os fatos que expressam o patrimonio material e imaterial da cidade de Paris. Assim, eles sublinham os eventos culturais e sociais (festa, exposição, música, gastronomia, greve, etc.), as construções urbanas (monumentos, bairros, jardins), assim que as pessoas que eles classificam de boas e más.

Em relação aos eventos culturais Cluzeau (2005) explica que “O festival constitui muitas vezes, um caso de turismo urbano, mas não sempre, pois alguns festivais como o Jazz que tem um público particular,

geralmente jovem entre 18 e 30 anos sem filhos, por exemplo, em Paris Jazz “(p.29). Em relação as imagens da França (arte, cultura e como o destino), os resultados desta pesquisa, desta autora, estão mais perto de nosso, que demonstram que as grandes linhas de promoção buscam sustentar essa imagem forte, trazendo três correções: publicar “ menos imagem de Paris “, para melhor irrigar o atendimento as regiões fortemente identificadas; evitar “ imagem desatualizadas”, para destacar que existe uma cultura vibrante e criativa; bem como” imagens frias”, porq destacar uma apresentação de património no seu contexto histórico e humano “(p.21). Abassi (2000), em sua pesquisa apoiada por um corpo de literatura empírica (livros didáticos de história e geografia e literatura turística), acrescenta que a partir da década de 1980, na França, como em outros lugares, o património emergiu como a categoria dominante da vida cultural e política pública.

Foto 1: o Bairro de Barbés Rochechouart



Fonte: <https://www.google.com/search?q=barb%C3%A9s+rochechouart&hl=pt-BR&tbo=u&tbn=isch&source=univ&sa=X&ei=6TzCUOb0CMWGHQeJv4GIAw&sqi=2&ved=0CEQQsAQ&biw=1024&bih=499> (2012).

Estes elementos caracterizam alguns lugares em Paris, mas é interessante notar que eles tecem a conjuntura socioespacial desta cidade, quando os mochileiros se referem as questões socioambientais, revelando que a vida de indivíduos e grupos se inserem num meio contraditões. Assim, em torno da representação da cidade, os jovens turistas exteriorizaram ideias que expõem incertezas e riscos específicos para o ambiente social, bem como a relação ambígua entre ordem e desordem. Ao longo da análise dos participantes do discurso, foi dada atenção aos diferentes significados aos lugares agradáveis e desagradáveis. Os resultados dos estudos de Amirou (1995) corroboram com estes, quando

Quadro 3. As Aprendizagens na Cidade de Paris.
N: =25

Total	Nº Atores	Domínio Científico	Conteúdo	Práticas Sociais e Espaciais
	21	História e Geografia	A arte. Os bairros.	Visitas aos lugares e eventos turísticos.
	04	Geografia Cultural. Sociologia.	Hábitos, Modo de Vida.	Experiência de Vida na Cidade.
TOTAL	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

ele afirma que sempre um mal-estar é causado no turista, no momento de formular um diagnóstico sério sobre o significado do fenômeno-viagem, sem situar constantemente na sociedade global as característica em que ele se desenvolve. E Choplin (2000) acrescenta que na abordagem geográfica, não se aceita mais o turismo como uma vocação, mas como uma invenção dos atores que transformam os espaços, as empresas e nos propõem a esclarecer as questões de identidade induzidas pelo processo de “desenvolvimento do turismo” (p102).

Portanto, Paris é concebida como uma cidade de contrastes, porque há um espaço objetivo, um real vivido que é cheio de atributos subjetivos, representados pelo senso que os turistas atribuem aos lugares turísticos e não-turísticos.

a) As Aprendizagens em Relação ao Território Parisiense

Procurou-se reforçar a importância que os participantes acordavam a Paris, levando-se em consideração o espaço vivido e suas práticas sociais, assim buscou-se identificar suas experiências, expectativas e modos de aprendizagem.

O quadro 3 representa o reconhecimento dos valores positivos que os mochileiros atribuem à cidade de Paris. Eles são mis ter em dizer que é em relação ao compromisso, ao enraizamento que els aprendem e se beneficiam. O seguinte comentário é remárquavel, entre aqueles, um mochileiro recomenda que “para aprender, ao menos uma vez, é preciso visitar Paris. Isto significa que é uma cidade para aprender “(H2).

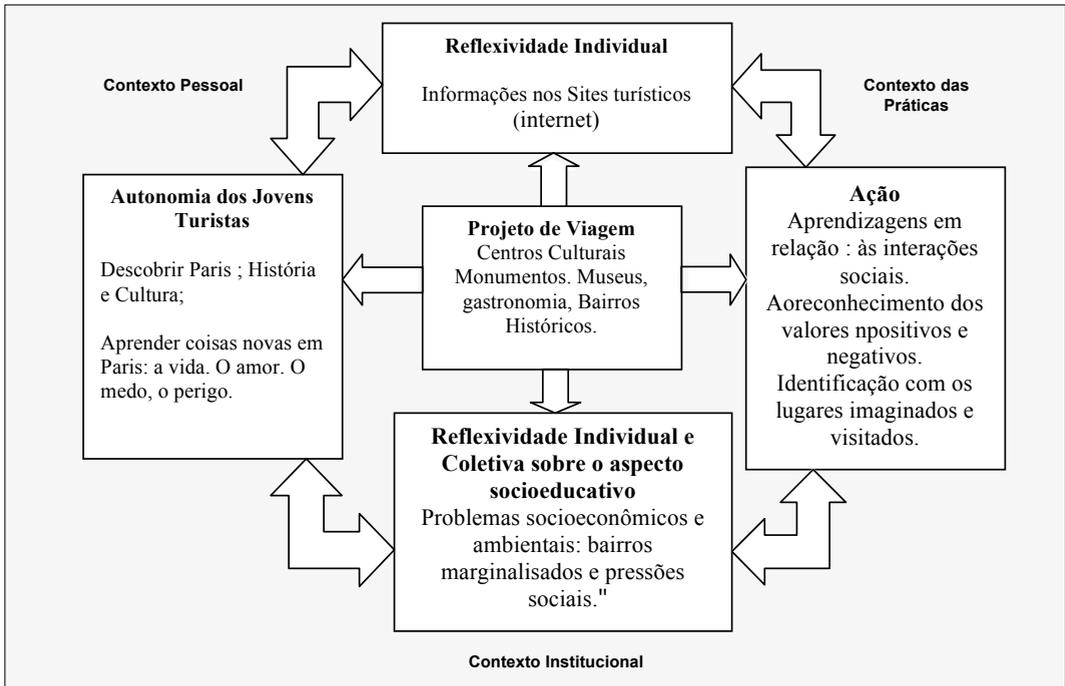
Pode-se constatar que os turistas jovens têm representações sobre conhecimentos geográficos e históricos de senso comum. Assim, na cidade, a maioria dos mochileiros tem uma visão bastante clara do seu aprendizado e os conteúdos da aprendizagem. Parece que eles têm espontaneamente estabelecida

uma relação entre aquilo que eles aprendem na cidade e os conteúdos da aprendizagem escolar. Por unanimidade, eles dizem que suas práticas sociais na cidade podem ajudá-los, em relação a visitas e experiências, à aprender mais conteúdos quando confrontados com o real socioespacial e construção do conhecimento adquirido sobre este mesmo real dentro da escola.

Estes resultados convergem com os de Richards (2009) quando ele confirma pela pesquisa da ATLAS (2004) que a motivação mais importante de jovens turistas é “aprender coisas novas”, numa combinação da cultura local e da história, visitando museus, teatros e festivais. Para tal, devemos dizer que tais informações sobre o destino são, particularmente, buscadas na internet e rede de amigos (Richards, 2004). Cluzeau (2005) também destaca a necessidade de desenvolver associações de turismo, pois suas origens sócio-educativas inspiram, dentro dos diversos espaços educativos, uma forma de educação continuada divulgada, através de entretenimento cultural “por todos “que permitem o desenvolvimento físico e intelectual (...) a ênfase é dada sobre a prática em comunidade: dança, teatro, fóruns são destinados ao “lazer passivo “espetáculos e a comunicação entre viajantes. (...) Agora é preciso concentrar esforços para o público jovem “(p.32)

Assim, como a cultura é o elemento essencial de atração e distinção dos lugares turísticos, vale salientar três dimensões essenciais para a educação e o turismo que seja **sustentável**, em relação à consumação, à criatividade, à identidade, aos valores, etc.; **conectivo**, comparado à relação entre a comunidade e os turistas; **criativo** ao que se refere as habilidades apreendidas pelos jovens turistas e utilizadas ao retornar ao seu espaço cotidiano.

Os resultados das diferentes imagens sobrepostas foram comparadas com as propostas conceituais e os resultados de pesquisas anteriores que nos

Figura 1: Representações Sociais de Paris, (Baseado sobre a TMA de Guiddens, 1991).

Source: Organisé par l'auteur (2012).

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

pérmittiu desenvolver um modelo da RS de Paris (Figura 1), baseado na TMA de Guiddens (1991).

Em resumo, a partir dos resultados, a figura 1 representa a objetivação, a reconstrução da realidade. Assim, pode-se afirmar que o território parisiense tem um sentido que lhe é atribuído pelos jovens turistas, onde suas práticas são simplesmente o reflexo de seus projetos de viagem. Pelo modelo representativo, a atividade turística, não é mais um produto criado pelo marketing, significa dizer que ele vem a ser a materialização das coisas produzidas pelos mochileiros, nos diversos lugares da cidade de Paris. Este processo é explicado pelo movimento dinâmico que vai do pensamento à ação, passando pelas dimensões: individual, coletiva e institucional. Tudo isto é confirmado pela TMA de Guiddens (1991) e demonstra a fluidez da identidade dos atores e do território, na medida em que, os jovens turistas são enraizados aos contextos tradicionais da cultura francesa e a existencia da cidade de Paris. Por consequencia, estes elementos nos permitiram apresentar estratégias, visando melhorar a educação e o turismo no Brasil, e no mundo, nos planos científico, político, socioeducativo e didático.

7. Considerações Finais

Constata-se, sem dúvidas, que o estudo da territorialidade junto aos jovens turistas nos conduz a argumentar sobre a contribuição dos resultados aos palnos científico, político, socioeducativo e didático, no domínio interdisciplinaire da educação e do turismo. Logo, algumas estratégias de interveção serão apresentadas, nos seguintes contextos: pessoal do turista (projeto de viagem), das práticas de diversos atores e institucional. Estas estratégias podem contribuir ao desenvolvovimento de ações que implicam numa relação entre os turistas e residentes da coletividade, os agentes, guias e aacompanhantes de viagem.

a) Plano Científico

O estudo fornece novos caminhos para a pesquisa interdisciplinar em educação e turismo, onde os modos de apreensão do espaço turístico, como conteúdo das representações, constituem um referencial para melhorar os serviços de transporte, hospitalidade, gestão dos espaços visitados e da cultura. De fato, este trabalho apresenta conhecimentos que podem contribuir para melhorar a prática pedagógica de professores, fazendo com que os alunos possam

compreender a organização socioespacial e a seu pertencimento à ele, por sua vez, valorizando e preservando o patrimônio tangível e intangível.

Apreender o espaço em todas as suas dimensões significa inseri-lo na ordem do que é perceptível e simbólico em três maneiras. A primeira refere-se como identificar os elementos naturais e sociais do espaço real ou objetivo, através da interpretação do espaço pelos indivíduos. A segunda diz respeito ao modo de relação dos sujeitos aos lugares, principalmente pelas interações sociais, permitindo que os atores sociais possam estabelecer uma conexão emocional com o seu espaço vivido. Finalmente, este conjunto permite identificar a terceira maneira, que é a valorização das formas espaciais e da sociabilidade do espaço que revelam posições estéticas e afetivas dos atores sociais em relação aos lugares. Em suma, os significados do espaço sociosimbólico são construídos pela forma do pensamento, da percepção e da ação,

b) Plano político e Socioeducacional

Este estudo tem importância socioeducacional, pois ele tenta integrar as RS do espaço, envolvendo uma interação entre o conhecimento significativamente construído pelos atores sociais e acadêmicos. Trata-se de desenvolver o turismo cultural e pedagógico. Mas existem desafios a enfrentar. Com relação ao turismo cultural, faz-se necessário garantir a sua sustentabilidade, uma vez que no contexto brasileiro e em outros lugares, a maioria das pessoas que visitam o atrativo cultural não é de “turistas culturais” e não apresenta necessariamente um elevado grau de interesse na cultura em si mesma. Significa dizer que a cultura é pensada e integrada num sistema de consumo e de lazer, tal que oferecida como um outro produto para ser consumido (Richards, 2009). Por outro lado, a maior parte dos jovens brasileiros, principalmente aqueles que apresentam escolaridade, concebem as tradições culturais como algo “velho” ou “vergonhoso”. De fato, a cultura é vista como espetáculo, e o vandalismo está presente principalmente na pinchagem a monumentos e sítios naturais, na restauração excessiva da arquitetura obras de arte, bem como na alteração de ambientes (publicidade vandalismo). (Yazigi 1999).

A este respeito, recordamos que a educação no Brasil está sujeita a novas reformas e os Programas Curriculares Nacionais (PCN's) (1999) tentam superar as distorções da educação básica e fornecer uma educação mais democrática. Para isso, o Ministério da Educação propõe as escolas de trabalhar conteúdos e conceitos em relação à própria realidade dos alunos.

Portanto, a abordagem política e socioeducativa consiste, de um lado, a criar um projeto teórico que

integre os diversos planos setoriais: educação, cultura, social, urbano e turismo. Para isso, propomos: a) educação patrimonial, através da conectividade entre a comunidade local e os agentes de manutenção da cultura (estudantes, gestores, educadores, etc) e à divulgação de informações através de sites. b) regulação e controle do uso e ocupação do solo urbano, através da cooperação mútua e de formas integradas de gestão da território.

c) Didática

A relevância didática deste estudo implica, antes de tudo, incluir os modos de apreensão do espaço no ensino e aprendizagem da geografia, da arte, da linguagem da história, tocando questões socioespaciais que integrem os seguintes conteúdos: homem no espaço, práticas e atividades cotidianas, localização, qualidade de vida, relações entre indivíduos e seus territórios, entre outros. Acreditamos que o uso de práticas de ensino das representações de jovens turistas e sua possível conformação e articulação com os conhecimentos escolares envolvem os seguintes aspectos: a representação dos atores sociais e seu espaço vivido, o objeto da aprendizagem, a escolha do conteúdo e da situação pedagógica. Esta abordagem pode ser aplicada para a formação de profissionais do turismo, particularmente nas áreas da hospitalidade e suas especialidades, de guia de turismo, do marketing e produção de eventos, enquanto que na formação continuada de professores. Assim, propomos na educação patrimonial e do turismo cultural, dois eixos: interpretação do patrimônio e do turismo pedagógico.

Para o primeiro, alguns conhecimentos e ações são importantes, tais como: exercício da comunicação, desenvolvimento de habilidades específicas como forma de atender ao público; utilização da psicologia, a fim de valorizar as experiências dos indivíduos e sua familiaridade com o patrimônio, ou seja, se concentrar nas sensações e na memória (cheiros, sabores, sons, toque, etc.); apreensão dos conhecimentos da geografia e da história, como forma de facilitar a acessibilidade, utilizando as artes e temas históricos; valorização da educação física, colocando o turista num cenário que contribua a socialização, por intermédio de atividades interessantes.

Para o segundo, a ênfase é sobre os alunos, suscitando interações e responsabilidade dentro e fora da sala de aula. O conceito de “turismo pedagógico” é originário da Finlândia e baseia-se na perspectiva construtivista social, ainda bem desenvolvido em França e Canadá. Neste sentido, sugere-se desenvolver as seguintes ações: visita guiada a lugares turísticos – escolha de um lugar, um site, um resort turístico; busca de informações em sitesweb especializados; análise e interpretação da paisagem, do

lugar turístico e seu patrimônio (equipamentos de acesso para atender as necessidades dos atores sociais, arquitetura, inventário dos edifícios, monumentos, gastronomia, comunidade, acomodações diferentes); excursão aos museus -: escolha do museu e promoção aos alunos através de atividades como: oficina em conexão com exposições temporárias de museus.

Para concluir, afirmamos que essas ações não podem ser realizadas sem uma gestão transversal da cidade, já econsolidada, a fim de alcançar suas características multifuncionais. Para tal, algumas práticas são necessárias: parcerias entre equipes do município, bem como os vários segmentos da sociedade; formação continuada de gestores dos conselhos municipais, bem como de professores, líderes de associações, comerciantes, de estudantes. Finalmente, tentar a inclusão social e territorial, pelos objetivos do planejamento: definição de populações tradicionais, através de melhorias das condições sociais, culturais, econômicas e ambientais.

Bibliografia

Abric, J.-C.

1994 «Pratiques sociales et représentations». Paris: PUF.

Aceveo, Cláudia Rosa.

2003 Motivos para viajar: um estudo com turistas maduros no contexto brasileiro, En "FACEF Pesquisa", v.6. n.3, pp. 78-87.

Amirou, Rachird.

1995 «Imaginaires Touristiques et sociabilités du voyage». PUF – Presses Universitaires de France.

Anadón, M.

2002 "Représentations et éducation: quelques réflexions théorique-méthodologiques". L'année de la recherche en sciences de l'éducation: des représentations, pp.227-244. France: Afirse-Matrice.

Audigier, F.

1996 «Construction de l'espace géographique ». Paris: INRP.

Audigier, F.

1994 Des élèves, des villes: représentations sociales et didactiques. «Revue de géographie de Lyon», 69, p. 105-119.

Augé, M.

1994 "Não-lugares: introdução a uma abordagem da supermodernidade". Campinas: Ed.Papirus.

Bailly, A. e Scariati, R.

1999 «Voyage en géographie ». Paris: Anthropos-economica.

Bailly, A. et al.

1995 «Géographie régionale et représentations ». Paris: Anthropos-economica.

Banducci, Junior, Alvaro et Barreto

2001 "Margarida. Turismo e identidade local: uma visao antropológica". Campinas, SP, Papirus.

Barbas-Gravari, Maria

La ville à l'ère de la globalisation des loisirs, accès http://www.geographiedijon.fr/IMG/pdf/texte_Gravari-Barbas.pdf; en 25.11.2012.

Bardin, L.

1989 «L'analyse de contenu. Paris ». PUF.

Barreto, M.

2003 O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e Compreensão do Turismo. "Horizontes Antropológicos". Porto Alegre, ano 9, n. 20, pp.15-29, Outubro.

Barreto, M.

2003 O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e Compreensão do Turismo. "Horizontes Antropológicos". Porto Alegre, ano 9, n. 20, pp.15-29.

Bissi, Driss.

2000 Patrimonialisation de l'histoire et tourisme identitaire dans la Tunisie postcoloniales. En Bataillou, Christian Jacques (Org.) «Tourisme, patrimoines, Identités, territoires », Collection Études, Presses universitaires de Perpignan, pp. 49-68.

Bomfim, N. R.

2005 O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar: contribuições para uma mudança. de enfoque. "Revista Turismo & Desenvolvimento". São Paulo, 2006, vol. 5, n.1, pp. 27-35.

Bomfim, N. R.

2009 "Noção social do território: Em busca de um conceito didático em Geografia. A territorialidade". Ilhéus: Editus.

Bomfim, N. R.

2005 O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar: contribuições para uma mudança de enfoque. "Revista Turismo & Desenvolvimento". São Paulo, 2006, vol. 5, n.1, p. 27-35.

Chartier, Sandrine.

2009 «Nouvelles pratiques des jeunes ». Master 1 Gestion du tourisme industriel et hospitalité, sous la direction de: Driss Boumeggouti, Faculté des Langues, des Cultures et des Littératures du Tourisme et de l'Hospitalité.

Choplin, Marie-Astrid.

2000 Les enjeux identitaires de la mise en tourisme et les représentations des acteurs portées par l'iconographie: le cas Ouarzazate [sud-est marocain]. En Bataillou, Christian Jacques (Org.), «Tourisme, patrimoines, Identités, territoires », Collection Études, Presses universitaires de Perpignan, pp. 109-116, 2000.

Cluzeau, Laude Origet du.

2005 «Le tourisme culturel». Presses Universitaires de France - PUF, p .125.

Cousin, Saskia.

L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel Thèses. Ecole des hautes études en sciences sociales - EHESS PARIS (06/01/2003), Marc Abélès (dir.)[oai:tel.archives-ouvertes.fr:tel-00266547], accès <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00266547/fr/>.

- Cousin, Saskia et Lageiste, Jérôme.
2011 «Représentations, images et imaginaires touristiques ». Communications du Colloque Nouveaux Musées, Nouvelles Eres Urbaines, Mobilités Touristiques à Berkeley, avec le TSWG, Université de Californie à Berkeley.
- Dencker, Ada de Freitas.
2004 “Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo”. SP, Futura.
- Djament, Géraldine, Fagnoni et Edith Mengin Christine.
2005 «Tourisme, patrimoine, développement », travaux menés par le réseau Patrimoine et Développement créé à Paris 1, notamment à partir du cas de Porto Novo. Il bénéficie également de l’appui en matière de recherches de la chaire UNESCO.
- Dubet, François.
2009 «Le travail des sociétés ». Éditions du Seuil. Paris VI.
- Ferrier, J.-P.
1998 «Le contrat géographique ou l’habitation durable des territoires ». Paris: Payot Lausanne.
- Fonseca Filho, Ari da Silva.
2010 Educacion turistica – reflexiones para elaboracion de una propuesta com base en la cultura. “Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultura” l. V; 8, n. 1, pp. 61-69.
- Gastal S.; Gomes, M. S.
2005 O Jornal da Globo e as RS do Turismo. “Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação”, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ.
- Giddens, A.
1991 “Modernity and Self-Identity. Self and Society in the late Modern Age.” Cambridge: Polity.
- Gwendal, Simon.
2011 Le « projet de voyage », un cadre interprétatif des pratiques touristiques en ville ? in de la Chaire « Culture, Tourisme, développement » TOURISME / TOURISM Concepts et méthodes à la croisée des disciplines Concepts and methods at the disciplinary crossroads, pp. 1-13.
- Jacquot, Sébastien.
2011 «Métropolisation et Tourisme ». MCF, IREST-Paris1, géographie.
- Karsenti., T. et Savoie-Zajc, L.
2000 «Introduction à la recherche en éducation ». Sherbrooke: Éditions du CRP.
- Luchiani, Maria Tereza Duarte Paes.
2005 A reinvenção do patrimônio arquitetônico no consumo das cidades, “GEOUSP - Espaço e Tempo”, São Paulo, N° 17, pp. 95 – 105.
- Medeiros, M.
1998 “Olhando a lua pelo mundo da rua: representações sociais da experiência de vida de meninos em situação de rua. Thèse de doctorat inédite. Universidade de São Paulo: Escola de enfermagem de Riberão Preto.
- Moscovici, S.
1961 «La psychanalyse: son image et son public ». France: PUF, 1961.
- Parametros Curriculares Nacionais (PCN’s)
1999 “Ministério da Educação e da Cultura”, Brasília.
- Piaget, J.
1989 «Le langage et la pensée chez l’enfant ». Paris: Colin.
- Pires, A.
1997 «L’échantillonnage ». in: J. Poupart et al (dir.). La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques ». Rapport présenté au Conseil Québécois de la Recherche Sociale, pp.137-194. Québec.
- Revelin, Florence.
2011 «Une approche ethnoloécologique pour étudier le rapport sensible des touristes à un espace naturel: quelles adaptations méthodologiques ». En de la Chaire Culture, Tourisme, développement, TOURISME / TOURISM Concepts et méthodes à la croisée des disciplines Concepts and methods at the disciplinary crossroads.
- Richards, Greg.
2009 Turismo Cultural: padroes e implicacoes. En Camargo, Patricia e Cruz, Gustavo da (Org.), “Turismo Cultural: estrategias, sustentabilidade e tendencias”, pp. 25-48.
- Roiné, Perrine.
2011 «Jeunes en voyage: les nouvelles pratiques alternatives ». Master 1, sous la direction de: Jacinthe Bessière, UNIVERSITÉ DE TOULOUSE II – Le Mirail, Centre d’Etudes du Tourisme de l’Hôtellerie et de Industries de l’Alimentations.
- Schlüter, Regina G.
2009 Patrimonio Imaterial e Turismo: a gastronomia como recurso cultural. En Camargo, Patricia e Cruz, Gustavo da (Org.), “Turismo Cultural: estrategias, sustentabilidade e tendencias”, pp. 251-278. 2009.
- Talavera, Augustin Santana.
2003 Turismo Cultura, Culturas Turísticas. En: “Horizontes Antropológicos”, pp. 48-62, Porto Alegre, ano 9, n. 20.
- Turgeon, Laurier, Létourneau, Jocelyn e Fall Khadiyatoulah.
1997 «Les espaces de l’identité ». Sainte-Foy, Les Presses de l’Université Laval xviii-324 p.
- Yazigi, Eduardo.
1999 “Turismo: uma esperança condicional”. 2ª,Ed. SP. Global Editora.

Recibido: 08/12/2012
Reenviado: 19/01/2014
Aceptado: 20/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos