



Eu e a Brisa

Reflexões sobre a experiência da viagem no turismo

Zysman Neiman, Viviane Melo de Mendonça & Marcelo Nivert Schlindwein

*“Ah se a juventude que essa brisa canta
Ficasse aqui comigo mais um pouco
eu poderia esquecer a dor
de ser tão só, pra ser um sonho”*
Johnny Alf

RESUMO

Este artigo discute a atividade turística do ponto de vista da psicologia fenomenológica e da psicologia evolutiva. A prática do turismo, seu planejamento e execução são confrontados quanto aos seus objetivos econômicos, estéticos e como ferramenta de conservação da diversidade biológica. O texto sugere que apenas com "o perceber" e a capacidade de se sensibilizar com as diferentes dimensões da diversidade que o ambiente possui nos leva a desenvolver uma prática turística instigante e renovadora, propondo, de forma provocadora, que o bom turismo deveria ser encarado como uma forma de arte. Este procedimento levaria esta prática turística a ter um diálogo com que denominados de Turismo Sustentável.

PALAVRAS-CHAVE:

Ecoturismo, Experiência da Viagem, Ambientalismo

Breeze and me: reflections on the trip experience in tourism

ABSTRACT

This article discusses the tourist activity in terms of phenomenological psychology and evolutive psychology. The practice of tourism, its planning and execution, are confronted in relation to their economical and aesthetical objectives, and as a tool of conservation of the biological diversity. The text suggests that only with the perception and the capacity of sensing the different dimensions of the diversity which the environment possesses we are able to develop a tourist practice which is stimulating and renewing, proposing, in a provoking manner, that the good tourism should be faced as art. This procedure would take this tourist practice to have a dialogue to what we denominate the Sustainable Tourism.

KEY-WORDS

Ecotourism, Trip Experience, Ambientalism

Introdução

A viagem, o turista e os outros (pessoas e lugares) constituem um fenômeno do “viajar” que está presente no cotidiano, definido por Pais (1993) como aquilo que se passa quando nada parece se passar, que está nos detalhes da vida, nos despercebidos, em tudo que requer o “olhar vagabundo”, o “olhar que trota a realidade”. Mer-

gulhados neste cotidiano que as percepções do viajante são construídas, cindidas e transformadas.

O fenômeno do turismo se inicia por uma decisão: viajar. O rompimento de um momento de trabalho, de insatisfação ou de tédio para outro de deslocamento motivado por questões intra-psíquicas, sociais, históricas, econômicas e culturais, que demandam uma chegada e estada em um destino marcado por uma expectativa de alívio de tensões (ROSS, 2002). Portanto, os turistas sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente do fardo das condições normais de trabalho, de moradia e de lazer, a fim de estar em condições de retomá-las quando regressarem (KRIPPENDORF, 1989).

Segundo Crompton (1979), os processos fundamentais de motivação para a atividade turística podem ser entendidos pelo desejo de saída de um ambiente conhecido, exploração e avaliação de si, relaxamento, prestígio, regressão, estreitamento de relações com parentes e/ou amigos, melhoria das interações sociais, busca pelo novo e excitação e educação.

A atividade turística é fundamental como promotora de encontros de culturas diversas, propulsora de interações, fluxos de idéias que orientarão padrões e práticas culturais que por sua vez conferirão identidades diversas a pessoas e lugares, sendo assim uma poderosa estratégia de hibridação e heterogeneização contrária à padronização e homogeneização decorrentes da globalização econômica, com enormes perdas culturais.

Quando as pessoas se motivam a praticar o turismo, elas levam nesse movimento uma imagem do ambiente a ser visitado, no qual está embutido a busca pela diferença que supostamente este possa lhe oferecer em termos de diversidade (de pessoas, de paisagens, e de natureza, quando for o caso). Cada indivíduo estabelece no ambiente visitado uma relação diferente, mas, basicamente, todos buscam uma diversidade de sensações.

Se o turismo pretende fazer com que a experiência do encontro com essa diversidade possa realmente acrescentar algo na vida das pessoas, seja por proporcionar um momento de lazer, ou uma reflexão, ou uma mudança de atitude e de valores, ele deveria preocupar-se em transformar a motivação inicial, surpreender o indivíduo, de modo que ao regressar, ele tenha algo mais do que imaginou antes da visita ao lugar.

Como descreve Gnoth (1997), as expectativas iniciais dos turistas são combinadas com as situações e estruturas vividas durante a viagem. Esta combinação influencia a percepção que os turistas têm do objeto, do lugar destino e de si próprio.

Do mesmo modo, a relação entre Turismo e Meio Ambiente passa pela percepção que as pessoas têm dos lugares que elas visitam e do impacto que esta percepção lhes causa. Assim, estudando-se os processos perceptivos do turista em sua viagem, pode-se ampliar a compreensão da importância da conservação através da Edu-

cação Ambiental.

A relação entre Turismo e Meio Ambiente é construída a partir de várias determinações, seja em nível cultural, social, psicológico, físico, espacial ou histórico. Portanto, o ambiente não é simplesmente uma fonte onde o visitante supre suas necessidades. Sendo físico e social é rico em significações por intermédio do qual a humanidade pode expandir-se, desabrochar. As suas qualidades, permeadas de valores simbólicos e de afetividade, vão muito além de sua eficacidade (KUHNEN, 2002).

Cada indivíduo tem uma percepção, psicologicamente falando, sendo esta percepção, coletiva ao mesmo tempo individual, complexa e irreversível. A percepção individual influencia a coletiva e vice-versa, em relação aos processos cognitivos aprendidos. Às vezes, a percepção é preenchida de reflexos e impressões fugazes, tanto no ambiente físico e social, como no imaginário. As pessoas experienciam ambientes físicos e sociais, e também fantasias sobre os mesmos.

A percepção de nossas sensações são manifestações que se tornam presentes em nossa consciência. Isto quer dizer que apreendemos as experiências vividas através de nossos órgãos sensoriais, e de nossa mente, que realiza a operação de significação desta experiência. Portanto, a percepção do mundo nada mais é do que significação do mundo (MERLEAU-PONTY, 1994)

Deste modo as vivências na natureza são exemplos de atividades formativas e informativas, que provocam novos processos de adaptação e assimilação relativos ao desenvolvimento de experiências e de um conhecimento estruturado em relação ao meio ambiente, através de reações ativas, respostas criativas, reorganização e associação (união) com outros significados, tornando a percepção e a interpretação ambiental mais complexas, ao propiciarem o re-establishimento de um estado de receptividade completa a partir da experiência direta (GUIMARÃES, 2006)

Portanto, ter os lugares melhor conservados pode ser um dos objetivos do turismo, consequência natural de um trabalho realizado sob o ponto de vista da mudança das percepções.

Mas o que significa o meio ambiente para o turismo? Será apenas um produto para o consumo? Um pacote atrativo a ser vendido e que o turista consumirá? O mercado de turismo trabalha com o estímulo do consumo como qualquer outro mercado. A experiência do meio ambiente como algo que se compra passa pela concepção de mercado, pois se o turista compra um pacote para visitar certo lugar, então aquele lugar é um produto, muitas vezes valorizado pela imaginação simbólica e tratado como “paradisiaco”, “inesquecível” pelo *marketing* turístico.

Para convencer o turista a visitar um determinado local, o mesmo deve ter um

atrativo de mercado, que o transforme em produto identificável e que gere o desejo de consumo. A viagem passa a ser uma compra, uma “apropriação”. E a experiência do destino turístico se apresenta, assim, como uma significação previamente construída.

Segundo Besse (1997, *apud* KUHNEN, 2002) convivem atualmente três direções de sentidos nas representações de natureza. Ou seja, a natureza encarada do ponto de vista metafísico (natureza como paisagem, enquadrada como categoria estética), técnico-científico (natureza como recurso a ser utilizada como matéria-prima) e ligada ao horizonte de responsabilidade e demanda ética (natureza frágil que precisa ser protegida).

Em relação ao meio ambiente, Reigota (1995) afirma que a representação social reflete uma forma diferencial de percepção do mesmo. Esse autor propõe que o meio ambiente, mesmo que seja produto de uma representação social, se caracteriza como

o lugar determinado ou perdido, onde os elementos naturais e sociais estão em relação dinâmica e em interação. Essas relações implicam processos de criação cultural e tecnológica e processos históricos e sociais de transformação do meio natural e construído (REIGOTA, 1995, p.14).

A experiência construída a partir de valores ligados ao mercado funciona não só com o Turismo, mas com qualquer outra atividade, dentro do mundo capitalista, com as necessidades sendo geradas onde há apenas demandas efetivas ou potenciais. Assim, eventualmente, se gera uma necessidade, um desejo.

O incidental turista accidental

Para estudar o comportamento dos animais, os etólogos ou ecólogos comportamentais avaliam diferentes aspectos que fazem parte do repertório destes organismos. Podemos simplificar este repertório de comportamentos principalmente em fatores ligados a sobrevivência, crescimento e reprodução. Os comportamentos geralmente são enquadrados nestes grupos e um dos principais interesses de quem trabalha com este assunto, além de descrever e medir o que os animais fazem, é entender *como* e *para* que estes comportamentos evoluíram. Através de ferramentas metodológicas bastante refinadas pode-se discutir os comportamentos de formiga ou uma “ave do paraíso” e tentar elaborar teorias sobre este universo.

Somos animais complexos. Sobrevivemos, crescemos e nos reproduzimos em ambientes com o qual interagimos, modificamos e por eles somos afetados. Nosso cérebro grande e complexo nos faz responder ao meio de maneira muito mais carregada de nuances que uma bactéria ou uma perereca. Uma imensa parte do nosso repertório comportamental não pode ser explicada por elementos que podemos imputar

diretamente a nossa capacidade de sobreviver, crescer e reproduzir no ambiente. Nossas respostas são mais intrincadas, e para um hipotético observador não humano, igualmente capaz de associações culturais como nós, muitos de nossos comportamentos seriam muito difíceis de serem sistematizados em termos do por que da sua evolução e do seu sentido.

Portanto, a complexidade das experiências humanas que direcionam os comportamentos não pode ser reduzida à explicações apenas biológicas, mas formada por redes de experiências físicas, fisiológicas, cognitivas, afetivas, sociais, culturais, políticas e ambientais, sem necessariamente se apresentarem como vivências. Neste sentido, como reforça Pearce e Stringer (1991) a análise das vivências psicológicas humanas e o turismo passam por questões interindividual, intergrupal e intercultural, não apenas biológicas.

Para Wilson (1994), o contato com ecossistemas nativos é vital para o ser humano. Segundo esse autor, esta poderia ser uma motivação natural por viajar e conhecer lugares diferentes ou outros povos. O ato de se deslocar para se *ter* sensações que leva ao comportamento de se deslocar muitas vezes milhares de quilômetros pode representar um contra senso em termos de balanço energético dos organismos. Este ato consome uma grande quantidade de recursos que, em termos biológicos estritos, seriam muito importantes e termos de sobrevivência e reprodução. Além disto, algumas destas atividades apresentam, em alguns casos, riscos bastante significativos de acidentes que podem inclusive levar a morte.

O turismo é uma atividade tão importante que muitos países têm suas economias totalmente dependentes dele, e se caracteriza por ser um conjunto de práticas que levam nossa espécie a gastar tempo e recursos em busca de um tipo de satisfação não palpável. Os profissionais do turismo têm sua sobrevivência intimamente ligada a estas práticas, que por vezes pode provocar alterações ambientais como consequência desse suposto "instinto". Claro que o turismo em si é uma atividade cultural, principalmente no que se refere às questões de ordenação da paisagem, resultante de processos econômicos e políticos. Aqui se fala em "instinto" apenas no que se concebe como motivação básica ao deslocamento.

A palavra "instinto" está aqui escrita entre aspas exatamente para ressaltar como pode ser interessante as interpretações sobre este tema. Os etólogos mais atuais preferem, após anos de debates, o uso do termo "comportamentos adaptativos". Mas de maneira mais "clássica", um instinto pode ser definido grosseiramente como uma resposta comportamental a um determinado conjunto de estímulos, e esta resposta seria condicionada a fatores genéticos comuns a linhagem do organismo em questão (KREBS; DAVIS, 1997). Poderia ser escrito um tratado para definir este conceito, mas para este texto o importante seria discutir o aspecto que o comportamento teria evoluído no animal relacionado à sobrevivência, crescimento ou reprodução. Sendo suficientemente importante para estar "registrado" como um comportamento comum da população das espécies. Em uma água viva que modifica seu deslocamento em relação

a um estímulo luminoso isto parece simples de ser explicado. O mesmo não pode ser dito para o comportamento de subir uma montanha inacessível ou se deslocar em busca de uma paisagem diferente. Não poderíamos dizer que fazer turismo é um "instinto humano" no sentido etológico do termo. Mas podemos usar esta palavra para explicitar a motivação humana por esta atividade. A Psicologia Evolutiva poderia explicar por que esta atividade teria surgido?

Somos animais que dependem completamente da vida em sociedade para nossa longa fase de aprendizado em relação aos componentes do ambiente que são fundamentais para a nossa sobrevivência (CAVALLI-SFORZA; CAVALLI-SFORZA, 1998). Perceber quais os elementos do meio são perigosos ou reconhecer os que são fundamentais para nossa alimentação e proteção fazem parte dos condicionadores básicos para nossa capacidade de manutenção, principalmente se pensarmos um ambiente hostil como a savana africana, onde evoluímos. A capacidade de perceber as coisas deste ambiente, ordená-las, classificá-las e organizá-las certamente se configura como elemento fundamental no nosso desenvolvimento (STRANFORD, 2004; RIDLEY, 2004). Vivemos em um mundo que construímos através da cognição e a curiosidade e capacidade de resolver problemas é essencial para o desenvolvimento desta cognição (SCHLINDWEIN, 2007). A suposta força seletiva para maximizar esta curiosidade e criatividade talvez tenha tido o efeito colateral de nos fazermos potencialmente turistas. Neste caso, levantamos aqui a hipótese de que a evolução nos levou a sermos incidentalmente turistas acidentais.

A tecnologia adquirida pelo ser humano, principalmente a partir do pleistoceno, afetou drasticamente os ambientes da Terra. Os seres humanos modernos surgiram na África a 120 mil anos atrás e rapidamente se espalharam pelos continentes, em um processo de migração que os levou a viver em biomas bastante diferentes, onde foram desenvolvidas diferentes adaptações específicas (MORAN, 1994). Neste processo de ocupação territorial, o ser humano adquiriu diferentes habilidades de manejar seu ambiente. Dentre estas habilidades talvez a mais importante e determinante de seu futuro só viria a ocorrer há cerca de 10 mil anos. Algumas populações humanas passam de caçadores coletores para agricultores e a partir daí a história da humanidade vai sofrer uma alteração drástica (LEAKEY, 1995). Como caçadores e coletores as populações humanas exploravam os recursos de uma região, migrando ou alterando seus hábitos alimentares quando estes recursos escasseavam. Ao selecionar um pequeno número de espécies animais e vegetais para seu uso, o ser humano passa a simplificar os ambientes naturais, retirando do ambiente a vegetação e fauna nativa que competia ou atrapalhava os processos agrícolas e pastoris. Neste processo de cultivar a terra e domesticar animais, passou a ter uma reserva alimentar suficiente para permanecer um determinado local, criando os primeiros agrupamentos estáveis. Nestas áreas a exploração dos recursos naturais é intensificada e contínua. A partir destes eventos o ser humano amplia exponencialmente seu papel como grande modificador da paisagem. Deste processo surgem as primeiras proto-cidades e o ser humano passa de agricultor de subsistência para um estágio de agricultores-

criadores com finalidades comerciais (DIAMOND, 2002).

Esta modificação altera drasticamente as suas relações com a natureza. Da vivência e uso de uma natureza-mãe detentora dos alimentos e vida, que provem os recursos para a sobrevivência, o ser humano passa a ter uma visão de escala utilitarista, onde os componentes da natureza são transformados em mercadorias, onde o valor de *sobrevivência* é substituído por um valor de *troca*. Nesta nova aliança, os detentores destes bens de troca retirados da natureza acumulam riqueza e o território e os recursos deixam de ser do grupo social comunitário, alterando os padrões de hierarquia e poder nas comunidades humanas. Nas sociedades tribais a principal relação de poder está diretamente associada ao conhecimento da natureza e liderança para guerra e caça. Não é por acaso que as religiões ditas animanistas, onde a natureza era o centro de adoração e veneração, são substituídas por religiões monoteístas, com deuses antropomórficos, muitas vezes tendo produtos agrícolas e animais domesticados como símbolos de adoração. Os tabus de consumo, presentes em todas as populações caçadoras-coletoras são substituídos paulatinamente pela lógica da troca pela apropriação e acumulação de bens naturais, modificando as relações produtivas (SCHLINDWEIN, 2002).

Os sistemas hierárquicos dos caçadores coletores são substituídos por sistemas de poder centralizado. O que antes vinha da natureza, agora vem através de um ente superior que confere a um grupo, ou a um homem na sociedade, o poder sobre os outros e sobre os recursos naturais. A construção deste novo *contrato* entre o ser humano e o natural, juntamente com o crescente aumento da eficiência nos processos de seleção de sementes e preparo do solo, levam um aumento cada vez maior da sua capacidade de modificar o ambiente. Como os elementos de apropriação dos bens naturais não passam pelo sagrado no qual a natureza estava inserida, a superexploração de recursos torna-se o padrão de manejo das sociedades humanas. E as próprias religiões organizadas incitam e pregam o domínio do *civilizado* e a conquista sobre o *natural* pagão.

A grande capacidade criativa humana gera uma tecnologia cada vez mais apurada, e sinergeticamente com o aumento da população fazem com que sejam agilizados os equipamentos e a capacidade de transporte. Isto colabora para que as populações humanas monopolizem rapidamente os recursos de várias partes das terras do planeta, modificando completamente a composição da flora e da fauna nestes locais. Um exemplo disto pode ser observado pelo quase total desaparecimento dos grandes carnívoros da Europa e do Oriente próximo e a grande modificação ocorrida nas pradarias do hemisfério norte.

Com as grandes revoluções, marcos do desenvolvimento científico e das tecnologias (RIBEIRO, 1987) que culminam em um período histórico que denominamos iluminismo, e a expansão do capitalismo mercantilista, os padrões de exploração dos recursos naturais passaram para um patamar extraordinário e insustentável. Os grandes processos de transformação industrial e as necessidades de transporte passam a

consumir grandes aportes de combustíveis fósseis e vegetais. As necessidades de matérias primas e minerais alteram drasticamente as paisagens. A agricultura passa a utilizar grandes áreas e os rebanhos ocupam extensas áreas onde havia ambientes naturais. O efeito do ser humano sobre o ambiente nos últimos trezentos anos pode ser comparado às grandes extinções ocorridas no passado geológico.

Nesta ressignificação da Natureza nas sociedades humanas as atividades de lazer, provavelmente desconhecidas para um caçador coletor da savana, passam a ocupar um espaço cada vez maior. Com o tempo, esse lazer passa a ser quantificado e utilizado como recurso e moeda de troca para os seres humanos contemporâneos, que trabalham por determinado tempo para obter, em troca, os recursos que o sustentam, e ganham alguns períodos onde são orientados a procurar, fora do seu mundo cotidiano, os elementos naturais dentre outros.

No entanto, a complexidade das experiências humanas também nos provoca para leituras existenciais do fenômeno do turismo e da constituição turista-viagem-outro (lugares e pessoas) que desestabilizam a busca de ordem e equilíbrio biológico e também rompem com a linearidade de uma certa evolução.

Fundamentando-se na física contemporânea, a ordem e o equilíbrio deixam de ser considerados como sinônimos e o mundo não é mais concebido como estável. A coexistência dos corpos produz, em cada corpo, turbulências e transformações irreversíveis em cada um deles. Cada encontro entre corpos (objetos, lugares ou pessoas) rompe com a estabilidade, produz vivências caóticas, e joga a subjetividade em sua condição de processo de significação.

Implica, portanto, no reconhecimento da alteridade, que para Rolnik (s/d, p.3) é uma abertura para o outro.

Esta abertura, no entanto, depende da conquista de uma capacidade de suportar e viver a idéia e, sobretudo, a experiência, de que não somos um corpo que pode ser compreendido isoladamente, uma individualidade igual a si mesma – em suma, uma identidade – mas, sim, um permanente processo de subjetivação, efeito do também permanente encontro com o outro, não só humano

Como coloca esta autora, a abertura é para a alteridade, para a processualidade da realidade, tanto objetiva quanto subjetiva, estando ela na condição de “invisível”. Diante da “invisibilidade” da realidade processual, a abertura a mesma não é em nível apenas do intelecto, mas fundamentalmente, é da ordem dos afetos.

E neste sentido, que as relações de alteridades estabelecidas entre viajante-viagem-outro (eu+tu = outro; eu+isso = lugar), estão marcadas pela condição de desestabilização, de necessidade de experiências caóticas - inerente aos encontros de corpos - que alimenta o processo de subjetivação, diferenciação e individuação na coletividade.

Revela-se no transcrito a seguir de um trecho do livro *As cidades invisíveis*, de

Ítalo Calvino (1998, p.28-29)

Marco entra numa cidade; vê alguém numa praça que vive uma vida ou um instante que poderiam ser seus; ele podia estar no lugar daquele homem se tivesse parado no tempo tanto tempo atrás, ou então se tanto tempo atrás numa encruzilhada tivesse tomado uma estrada em vez de outra e depois de uma longa viagem se encontrasse no lugar daquele homem e naquela praça. Agora, desse passado real ou hipotético, ele está excluído; não pode parar; deve prosseguir até uma outra cidade em que outro passado aguarda por ele, ou algo que talvez fosse um possível futuro e que agora é o presente de outra pessoa. Os futuros não realizados são apenas ramos do passado: ramos secos.

– Você viaja para reviver o seu passado? – era, a esta altura, a pergunta do Khan, que também podia ser formulada da seguinte maneira

– Você viaja para reencontrar o seu futuro? E a resposta de Marco:

– Os outros lugares são espelhos em negativo. O viajante reconhece o pouco que é seu descobrindo o muito que não teve e o que não terá.

O encontro intercultural, interindividual e intergrupar provocado pela prática do turismo é um imenso campo de experimentação e conhecimento. As questões colocadas são: Como e por que este campo se torna objeto de mercado? Qual o sentido desta mercantilização?

As bússolas e velhas rotas foram guardadas e substituídas pelos planejamentos turísticos realizados em pacotes bem delimitados e pelas delimitações econômicas para e de cada lugar destino. A desestabilização dos encontros dos outros, pessoas e lugares – fundamento do processo de subjetivação e significação da percepção - que estão inscritos nas viagens e nos viajantes, também se torna marcado pela previsão e controle da lógica do mercado.

Onde ancorar os sentidos de nossos desejos de aventura, exposição à facticidade, de deixar a terra firme pela “paz violenta dos ventos” (MALDONATO, 2001), como do Errante Ulisses nos poemas de Homero? O turismo-mercado tem alguma resposta?

“ Quo vadis?” *Homo turisticus*?

O turismo-mercado aproveita este desejo latente e incipiente e o transforma em objeto de consumo. E o turismo vem estimulando as pessoas a “coleccionarem” paisagens e espaços, assim como colecionam qualquer objeto de consumo. A relação, portanto, que as pessoas terão com o local visitado é uma relação de consumo, de *check list*. O espaço não tem algo especial que signifique uma experiência de vida; se não

houver processos de cognição, percepção e interpretação ambiental individuais que modifiquem esta realidade, este espaço resume-se a uma bela coleção de fotos. Relaciona-se, em certa parte, a uma concepção de aumento de *status* e de relação de poder: “eu fui a ‘tal lugar’”, “fui a este paraíso”... “E se tivesse mais dinheiro (e terei um dia), teria ido a outros destinos, ainda mais inacessíveis...” A interpretação ambiental e representação decorrente carrega consigo essa sensação de poder, que remete a questão da valoração de mercado: alguns lugares são mais cotados, outros são menos cotados; alguns estão na moda, outros não.

Mas se entendermos o mercado como esse “reductor” de percepções, como subverter isso então num mundo capitalista?

Esta é a questão. A percepção do ambiente ou local tem uma grande influência do cultural, do econômico, do intersubjetivo oriundo do contato com o outro. São estas influências que constroem este olhar. É preciso, inicialmente, que se compreenda que a percepção advém das sensações físicas, psicológicas, objetivas e subjetivas, e é construída na relação com o mundo social, econômico e cultural, na revelação da coexistência com um sentido a sua processualidade de construção (PENNA, 1968; AUGRAS, 2002).

No que se refere à relação entre o meio ambiente e sua forma de representação, por parte dos vários atores sociais, o que mais importa é que o meio ambiente é percebido pelos indivíduos de forma múltipla e diferenciada, uma vez que a compreensão se dá sob uma perspectiva subjetiva apoiada numa realidade concreta. A valoração ambiental, que torna o meio ambiente um produto material e simbólico da ação humana, poderá ser definido como um processo a partir do qual se organiza e interpreta a informação sensorial em unidades significativas para configurar um quadro coerente do entorno ou de uma parte dele. Essa valoração se dá na forma objetiva e subjetiva. Portanto, o profissional de turismo pode ser um ponto de partida na mudança dessas valorações, desde que compreenda seu papel nessa construção, que tenha a clareza da complexidade do olhar, inclusive o olhar do consumo, que ele mesmo produz.

Usar a percepção sensorial, a racionalidade, a intuição, e a elaboração dos sentimentos contribuem com a determinação da relação que os visitantes têm com os outros, com o meio natural com seu próprio mundo. A imaginação é um pré-requisito da criação de qualquer construção humana, e qualquer construção reflete a imaginação e a inventividade de seu criador (HISSA, 2002).

Mas mesmo a diversidade biológica, muitas vezes, é direcionada para a construção de um produto que o turista vai consumir. Não há abertura para a expectativa da busca pela diversidade possível, só a previamente construída. Se o consumidor comprou uma visita a um Parque Natural para conhecer cavernas de calcário que lá existem, por exemplo, quase nunca se provoca seu olhar para a floresta que as cercam. Há apenas um “atrativo chamariz”, e toda a estrutura da diversidade biológica e cultural do local é pouco aproveitada. Não há chance para a imersão, pois o próprio

conceito de “pacote” é complicador: “comprei um pacote”... O pacote tem um começo, um meio e uma volta, que o cliente do turismo pode cobrar como consumidor e até processar a agência, caso não encontre o que foi prometido. O turismo que valoriza o “pacote” acaba privando as pessoas do inesperado, justamente quando o inesperado tem a vantagem de ser a maior atratividade do turismo.

O setor do turismo copia os conceitos convencionais do mercado, onde o cliente “exige” uma infra-estrutura padronizada que promove a ele um conforto similar ao que possui em seu dia-a-dia. Não há valorização das experiências autênticas de contato com o simples, com o rústico, mas simplesmente a imposição de roteiros onde a “convivência com a natureza” se dá com todo “conforto urbano”. Tal prática padroniza a vivência, diminui a acuidade perceptiva, anestesia a sensibilização e faz com que tudo se torne “fabricado”, suvenires para o turista ver e comprar.

Arriscaremos agora algumas opiniões. No caso do turismo de aventura, até a “adrenalina” faz parte do pacote. A preocupação não é na imersão de fato naquele espaço para mudança de percepção com relação ao meio ambiente, mas fica evidente o sentido de consumo, sendo um produto como qualquer outro. Como ir, por exemplo, ao supermercado, e escolher qual é o produto que se quer consumir, escolher, quais as sensações que se deseja comprar. Sensações e percepções podem ser compradas também! O cidadão urbano assiste a um documentário sobre natureza na televisão, daí surge o desejo e ele compra uma viagem, vai para o “meio ambiente”... E depois volta do “meio ambiente”. Como se o “meio ambiente” fosse aquilo, separado, longe, e não o local onde ele vive.

Mas será que, no mundo de desejos, o profissional de turismo que chama para a “sensibilidade”, para um “novo olhar”, não passa a ser um “chato”? O quanto que o turismo do “vamos mudar o olhar, vamos sentir, vamos amar, ver os passarinhos, abraçar as árvores”, não passa pelo estreito caminho entre a seriedade e a pieguice? Uma coisa complicada no mundo “materialista” é que aquilo que não é materialista, é ridicularizado, remetido primeiro para o campo do esotérico, e depois para o ridículo mesmo, principalmente nesta questão do turismo e meio ambiente. No que se refere à relação psicológica com o lugar, as pessoas têm um estranhamento muito grande quando o profissional de turismo resolve “quebrar” a velocidade das coisas.

No ambiente natural a percepção pode ser modificada por essa quebra da velocidade, muito mais, nos parece, que no ambiente antropizado, pela sua semelhança ao cotidiano do cidadão. No entanto, mesmo num parque urbano, onde quase todas as espécies são exóticas, se houver tempo para reflexão o indivíduo pode reconhecer os componentes comuns a todos os ecossistemas. Mas se a proposta de turismo é colocar o cliente diante dessas situações de observação mais apurada, ela é chamada “alternativa”, ou, pior ainda, é completamente ignorada. Isso sem considerar que, mesmo o “alternativo”, também é mercadológico! Há um nicho de mercado, um público-alvo que tem um poder aquisitivo alto e que se interessa por essas experiências. Então o mercado começa a vender “pacotes alternativos”.

Seria preciso “surpreender” o cidadão “materialista” com uma visão alternativa, e o “alternativo” mostrando como seu “consumo” também não foge à mesma regra, fazendo o contraponto para que as pessoas sejam críticas naquilo que fazem. É por aí que entra a questão da formação do profissional do turismo, que não é apenas aquele que vai vender um pacote, mas é aquele que vai assumir uma postura de educador, entendendo por educação o sentido crítico. O profissional de turismo pode ser um construtor de realidades.

Turismo, Ambientalismo e Sensibilidade

O Ecoturismo, com suas caminhadas “arriscadas” no meio da mata, e o romantismo provocado pela aproximação com a natureza (quase como um ato religioso), são muito valorizados atualmente. O campo é mitificado e serve como escape, compensação à vida complicada da cidade. Sua lógica acaba por sacralizar a natureza para torná-la mais vendável. A imagem reforçada é a do espaço natural, onde se pode “voltar às origens”, buscar aqueles elementos que estão longe de cidadão urbano, isso se ele resistir aos mosquitos, e a todos os problemas que trazem este tipo de experiência. É a viagem a um lugar não “contaminado” pelo ser humano. Isso o torna uma atividade que dissemina uma idéia de relação entre turismo e meio ambiente exclusivamente ligada à natureza, passa pelo reencontro com o sagrado, consumido “*in natura*”. Atende aos anseios de um tipo de “espiritualização”, simplesmente pelo fato de colocar a pessoa em contato com essa natureza sagrada. O Ecoturismo, assim, vende também um pouco de “espiritualidade”, de “auto-conhecimento”, de “busca das origens”.

Se há, como dissemos, nos dias atuais uma grande dessacralização da cidade (quanto mais se modifica a natureza, menos ela é sacralizada), como transformar seus espaços e seus aspectos históricos, que poderiam servir para passeios de um dia, em algo vendável para a visita ambiental? Provavelmente poucos clientes seriam atraídos por isso. Imagine um anúncio de “Ecoturismo na cidade”, com seus rios que só são lembrados quando há falta água ou quando transbordam causando enchentes. Deixam de ser a razão desta cidade ter sido erguida naquela localidade, e provedores de água. Passam a ser distantes, problemáticos, “córregos”, sinônimos de poluição e esgoto, falta d’água ou enchente.

Mesmo em áreas naturais, se as emoções “vendidas” forem outras (cachoeiras, cavernas, trilhas) os rios deixam de ser atrativos turísticos, tornando-se meros formadores da paisagem. Quando perdem sua função de provedor de alimentos e de via de transporte de produtos, nem sempre conseguem, ao menos, se tornar um atrativo turístico, deixando de ser um elemento presente na simbologia do lugar. É como se não estivessem ali. O turista está focado em outro olhar e não percebe a existência deles.

Todos os ecossistemas sofreram alterações substanciais, benéficas ou não, através da interferência humana. Mesmo os ambientes menos afetados pela nossa presença, são projetados como intactos, somente pela imaginação humana. De fato, são como produtos elaborados pela nossa cultura que o ambientalismo moderno identifica os ambientes que devem ser preservados e sacralizados. Tais ambientes, nossos parques, frutos da necessidade e imaginação humanas, foram transformados em santuários, mas foram protegidos da nossa presença destrutiva. Todos eles, sem exceção, são produtos da cultura humana. É nossa percepção transformadora que estabelece a diferença entre matéria bruta e paisagem. (SCHAMA, 1995, p.21).

A qualidade do belo ou é dependente de referenciais pessoais, culturais e sociais ou, em oposição, é algo apreendido imediatamente sem que necessite de reflexão. Para Lynch (1998), os atributos do meio ambiente, seja ele natural ou construído, influenciam a percepção visual do indivíduo, formando imagens compartilhadas pela população.

Mendonça (1996) propõe a "Ecologia do Turismo" e lança uma reflexão sobre o tema. Segundo a autora, para haver uma relação mais intensa com lugar é preciso vivenciá-lo. É preciso ter outra relação com o tempo. É preciso que o turismo possibilite alguma relação mais direta, em que a experiência represente uma relação de troca, de aprendizado e de respeito. *"Só a vivência pode levar ao afeto, que formalmente levará ao respeito e à solidariedade com as populações atuais e futuras"*(MENDONÇA, 1996, p.12).

Percorrer uma trilha na natureza significa entrar em contato com um mundo não humano. Significa dar as costas, provisoriamente, para os espaços modificados seja para o estabelecimento de cidades, seja para o desenvolvimento agrícola. Numa área natural conservada o olhar humano se descortina sobre seres, formas e cores inesperados; o seu corpo percorre caminhos e se expõe a temperaturas e texturas diferentes – e às vezes muito – do seu cotidiano (MENDONÇA; NEIMAN, 2003).

O percurso de uma trilha interpretativa ou a experiência de uma vivência descortina as limitações e possibilidades dos caminhantes, e nos fazem descobrir *"relações de coincidências e de complementaridades solidárias entre e com outros grupos humanos: aprendemos a perceber, experienciar e a interpretar realidades da realidade, vivenciar paisagens na paisagem"* (GUIMARÃES, 2003: p.49).

O Ecoturismo é hoje uma atividade que funciona como instrumento de aproximação entre o ser humano e a natureza, principalmente em Unidades de Conservação, incorporando alguns pressupostos, como o questionamento de valores, a aprendizagem através da experiência, e a promoção da busca de reformulações para os aspectos indesejáveis da vida cotidiana. Pode ser, portanto, uma atividade educativa. Há aqui a oportunidade de se aproveitar a situação de contato para incorporarmos a importância da conservação da natureza, de uma forma agradável e bem contextuali-

zada. Numa viagem de Ecoturismo deve-se refletir sobre o que é de fato necessidade, segurança, conforto ou o que é supérfluo, apontando para uma reformulação da questão da individualidade/individualismo nos processos coletivos. O ambiente natural precisa deixar de ter apenas valor utilitário ou comercial e passar a ter valor de conveniência e de herança. Se ele precisa existir para que eu também exista, devo ter cuidados com ele sem esperar algo em troca, ou simplesmente por uma questão ética, inerente ao ser humano.

Isso para os “iniciados”, porque há aqueles que entendem o Ecoturismo como a oportunidade de “sujar a roupa”, se divertir e produzir muita adrenalina. Esta experiência do ambiente também passa pela percepção do próprio corpo, pelos limites de si próprio diante daquele ambiente, diante do mundo e consigo mesmo. As sensações de estar na natureza podem levar as sensações de o que é seu corpo.

Se fosse possível romper a separação entre corpo e meio ambiente, haveria uma percepção do contínuo que permitiria a pessoa se transportar do ambiente construído para o ambiente natural, não como se fosse passar, mas como se fosse transpor com seu corpo do ambiente cidade para o ambiente natural, mas levando o que tem de “cidade” junto, e não como uma dicotomia tipo “claro e escuro”.

Imagine a brisa. Ela sopra sobre o corpo e é percebida. Mas como seria uma experiência de transcendência de relação de um indivíduo com o ambiente? Ele ser a brisa ao mesmo tempo em que ela o atravessa. Como romper esta separação e percebê-la como algo interior?

Temos aqui uma questão há muito discutida pela filosofia. O início é como é o pensamento: primeiro que não existe esta cisão. A percepção que o indivíduo tem de algo é a sua percepção daquilo.

Inspirados da fenomenologia de Merleau-Ponty (1994) podemos dizer que a consciência sempre é consciência de algo. O mundo é aquilo que nós o representamos, enquanto presenças imediatas nele, enquanto participamos dele enquanto unidade.

É na construção do pensamento que se faz esta dicotomia, do que é exterior e interior, numa perspectiva que é cartesiana, construída ao longo de todo o processo de interação social dos indivíduos. É essa dicotomia uma forma de pensamento. Dicotomias traduzidas como urbano/rural ou urbano/natural, que gera a idéia do “estar longe da natureza”. Estar aqui é estar longe de si, longe da essência, e voltar à natureza é voltar à origem do que se é.

O turismo pode contribuir para a construção de representações e significados no imaginário social e transformar a relação do ser humano com o ambiente. Como uma imagem construída, a representação de ambiente paradisíaco dos destinos turísticos, carregada de simbolismo, remete seus adeptos à busca de um ideal de paisagem onde a ética e a estética têm papel de destaque. Os vínculos com a localidade e com as outras pessoas, renovados sobre uma outra perspectiva, passam a orientar as

ações dos sujeitos.

“O lugar é a dimensão na qual as pessoas estabelecem a identidade e apropriam-se afetivamente do espaço para vivê-lo, defendê-lo e transformá-lo” (FURLAN, 2000: p.7). O contato intensificado com a natureza pode ajudar a promover um sentimento de maior pertencimento ao espaço. Desta forma, os destinos turísticos passariam a significar lugares presentes na vida dos indivíduos, e não mais aqueles longínquos e misteriosos “paraísos” inacessíveis. Ou seja, cria-se uma nova identidade, um vínculo afetivo entre sujeito e lugar. A territorialidade *“não provém do simples fato de viver num lugar, mas da comunhão que com ele mantemos”* (SANTOS, 1993, p.62)¹.

O turismo, caso se proponha a atrelar o contato com a natureza ao pensamento simbólico, restaurar equilíbrios através do afloramento de comportamentos adaptativos, e não fugir da responsabilidade de construir novos paradigmas a partir de uma nova perspectiva de pensamento, menos linear e mais sistêmico, poderá enfim, conquistar o sucesso tão almejado pelos educadores ambientais. Gostar da natureza pode ser um sentimento afetado por representações sociais, o que reforça a importância de como será conduzido, dirigido, o contato com a natureza em atividades de Turismo. Alguns elementos do Turismo que favorecem a Educação Ambiental são fundamentais: o contato deve ser intenso, deve haver apoio de um grupo (essas atividades devem ser feitas coletivamente), e deve haver superação de barreiras. (NEIMAN, 2007, p.113).

Em uma experiência ambiental vinculada a uma atividade turística é possível romper o paradigma positivista, cartesiano, através da criação de uma nova percepção, oriunda de uma interação maior com os elementos da paisagem, do encontro de corpos que desestabilizam e provocam turbulências em nosso processo de subjetivação, que faça o indivíduo sentir, para além da metáfora, como se a brisa o atravessasse, que não há separação entre ambos.

A exploração e a descoberta de novas interações e inter-relações ecológicas e psicológicas durante o percurso de uma trilha tanto em ambientes naturais como construídos através da interpretação, envolve as formas de conhecê-los através de sensações, informações, narrativas, evocações, usos, significados, associações. Conhecimento e reconhecimento de uma paisagem — aprendizados, descobertas, aventuras, lições de vida, reflexões, imagéticas, memoriais. Imersão e integração da paisagem das exterioridades às paisagens interiorizadas: estímulos sensíveis intrínsecos a uma experiência ambiental direta, profunda, intensa, e, portanto, de significados e significâncias relevantes no contexto de nossas histórias de vida (LIMA, 1998, s/p).

Mesmo falando apenas de trilhas interpretativas, Lima (1998) aponta para um aspecto que, para nós, deveria ser a proposta de um turismo que pensa no indivíduo e na sua relação com o ambiente, nas suas percepções. É uma atitude que deve estar presente no profissional, desde sua formação.

E aqui há espaço para o profissional se questionar sobre o chamado “turismo de massa”. Como fazer um turismo onde o coletivo dos clientes possa ser sensibilizado e render lucro? Como ganhar muito dinheiro com o mercado turístico justamente porque se oferece uma oportunidade que normalmente o turismo não oferece? Afinal ele está inserido numa sociedade em que elementos capitalistas estão regendo todo campo profissional, não querendo trabalhar como “socialistas utópicos”, admitindo que exista o “lucro justo”.

A criação de Unidades de Conservação está atrelada a esta lógica utilitarista, atribuindo à biodiversidade valor econômico para a criação de novos remédios, matérias-primas e até novos alimentos, inclusive tornando-a moeda corrente, como vemos hoje com o advento do conceito dos sumidouros de carbono, entre outros. Além de ser subjetiva a escolha das áreas, há que se lembrar que toda a discussão sobre o que é prioritário e sob quais pontos de vista é sempre carregada de subjetividades e ideologias. Toda área preservada é uma invenção humana, inclusive sua imaculabilidade (DIEGUES, 1996).

Alguns profissionais do turismo já pressupõem que as coisas são separadas e sua função é reuni-las, que faz surgir o grande problema: como conseguir promover a fusão para outrem sem conseguir isso em si mesmo? Isso além de criar uma prepotência no profissional, que acha que é por seu intermédio que acontecerá essa fusão. Uma coisa profética: “eu ofereço as pessoas um programa turístico que vai lhes dar satisfação, uma iluminação, e que vai reconciliá-los com o meio ambiente!”

Quando se discursa desta forma, já se revela o pressuposto que as coisas estão separadas. Não é que as pessoas *estão* no meio urbano, elas *fazem parte* dele, elas são ele. E aí se encontra aquela forma de pensamento do “estou aqui, sou isso”, e lá, “sou outra pessoa”, como fosse possível “mudar o canal”. O que existe é um contínuo e é preciso fazer com que as pessoas percebam que as coisas acontecem neste contínuo. Partindo desse pressuposto, todo trabalho partirá das experiências, da potencialização dos sentidos de si próprio. Mas para isso é necessário que se repense a formação do profissional de turismo, e é sobre isso que ainda precisamos avançar.

Será Arte?

[..]Uma parte de mim é permanente
Outra parte se sabe de repente
Uma parte de mim é só vertigem
Outra parte linguagem
Traduzir uma parte na outra parte
Que é uma questão de vida e morte
Será arte?
Será arte?
Será arte?
Será arte?

Traduzir-se

(Letra: Ferreira Gullar; Música: Raimundo Fagner)

Há um problema de conceituação e definição de objetivos quando se confunde o treinamento superior de turismo. Os cursos clássicos de turismo procuram formar profissionais competentes para cada uma das áreas específicas, como lazer, condução de grupos, planejamento, alimentos e bebidas etc. Isso talvez faça com que o profissional de turismo não seja capaz de conceber o ambiente como um todo, mas sim atentar apenas para alguns aspectos para o qual foi formado. No fundo, ele sabe que a diversidade existe, que os elementos da paisagem existem e podem ser utilizados de diferentes formas, mas não consegue traduzir isso em prática, pois só consegue utilizar aquela parte “objetiva” do seu curso. Essa é a lógica cartesiana das especializações, que separa as partes e pressupõe que aquele que passar por todas as partes estará compondo o todo. A mesma do mercado, aonde cada um vai se especializar um produto a ser vendido, ou em *marketing*, ou alimentos e bebidas, ou em receptivo.

Esse é o grande debate nas Instituições de Ensino Superior: o quanto o turismo é uma ciência social aplicada, e, portanto, uma ciência, ou quanto ela exclusivamente profissionalizante. Ele é técnico para produzir conhecimento básico ou para produzir conhecimento aplicado? Ela é administração ou ciência social? Na verdade, são os dois: o turismo é um fenômeno social, que trabalha com motivações, com o lado psicológico das pessoas, e com as relações humanas, além de também ser altamente mercadológico. Diante dessa potencialidade, algumas instituições optaram por ser mais “técnicas”, outras que optaram por formar os pensadores do turismo, aqueles que vão refleti-lo como uma ciência social.

Conseqüentemente, é importante afirmar que cabe aos educadores, juntamente com a discussão sobre os conceitos do turismo, o dever de rever o objetivo das Universidades e Centros de Pesquisa em Turismo na formação de profissionais de qualquer nível, e em particular na graduação e pós-graduação. Trata-se, mesmo, de

enfrentar os reducionismos que o mercado sugere. Isso, é claro, sem correr o risco de deixar de olhar para as questões de mercado, pois seria ilusório, pueril, descuidado, não observar que existe uma demanda por certos tipos de serviço.

Neste contexto, as universidades devem aparelhar seus alunos para que eles possam "recriar" constantemente o turismo, sem deixar de "vender passagem", ou "pacotes", mas pensando nos seus princípios éticos e conceituais, atendendo, assim, às demandas imediatas ao mesmo tempo em que conseguem re-inventar a sua prática. Essa é sua função: dotar o futuro profissional de uma capacidade de reflexão, fazendo permanente crítica aos conceitos do turismo e do Ecoturismo, enquanto exercita e sua re-criação. Esses são os dois eixos fundamentais para a renovação dos cursos hoje existentes no Brasil. Os alunos devem desenvolver seu lado criador, sem esquecer de uma certa quantidade de ações voltadas para o mercado. Se a Universidade puder congrega essa formação conceitual com a habilidade para a criação, ela estará fornecendo ao mercado um profissional capacitado, que pode mais e, ao mesmo tempo, pode menos. Quanto mais o aluno consegue pensar, mais ele atende as próprias demandas de mercado, que necessita do seu contraditório que é revisão contínua dele mesmo.

Uma história é famosa os cursos de turismo. Uma mulher queria se espiritualizar, daí decidiu "eu vou para Índia..." então ela elaborou todo o seu roteiro para a visita à Índia, o que iria fazer, quais mosteiros iria visitar, aonde iria se hospedar, quais os meios de transporte iria utilizar, as rotas e horários. Ela tinha tudo planejado. Foi então contar para seu mestre espiritual que a havia incentivado a ir. "Mestre eu vou para Índia, vai ser dentro de dez dias, já organizei tudo, hotel, transporte, alimentação, roteiro, tudo. Estou pronta para encontrar os deuses!" O mestre então respondeu: "do jeito que você programou tudo, você dificilmente alcançará seu objetivo; porque está tudo tão planejado que não sobrou tempo para o encontro com os deuses!" (MENDONÇA; NEIMAN, 2003).

Surpreender

Apesar do conceito de diversidade já estar se tornando senso comum, ele não significa apenas um "contar" quantas espécies de pássaros existem em determinado local. Aquilo que se vai observando e percebendo é o que mostra o significado de biodiversidade para o indivíduo. É diferente de simples "saber" quantas espécies dessa ou daquela existem, tomar a explicação lógica do ecossistema. A construção da interpretação sobre diversidade deriva da relação do quanto se dosam informações instigantes que provoquem as pessoas para que sigam em direção a esse conceito, e é assim que deveria se realizar o trabalho do guia de turismo.

Na interação com o ambiente, a mudança de olhar é um processo que pode ser provocado, sendo diversos os resultados que se possa obter com esta provoca-

ção. Ecologizar a sociedade é introduzir a variável ecológica onde antes só havia a preocupação com o desenvolvimento econômico. Envolver os atores sociais que participam da discussão sobre a questão ambiental não tem sido suficiente para a conquista de novos valores. Mais do que conscientizar (campo da “razão”) é preciso sensibilizar (universo restrito das “emoções”), questionar o paradigma central do capitalismo, e não apenas adaptá-lo a uma suposta “nova” racionalidade ecológica. O pensamento é construído no plano do racional. É o que é se entende daquele lugar. É como na psicoterapia: a pessoa vem com uma visão racional de si própria (“eu sei que eu sou assim, ou assim”), procurando explicação e interpretações sobre aquilo que se é de um ponto de vista racional. O momento de transformação do processo psicoterapêutico é quando alguma coisa, algum detalhe ou alguma provocação que o terapeuta faz, o surpreende. O sujeito tem toda uma lógica, uma interpretação ou explicação sobre aquele comportamento, mas uma palavra provoca a mudança do olhar sobre si próprio. E, como no processo psicoterapêutico, a nova percepção da relação com o meio ambiente, que em alguns casos pode ser prevista e até mesmo ‘manipulada’ individual e coletivamente, normalmente segue rumos dependentes apenas provocações realizadas.

A possível mudança de percepção do ser humano para com o meio ambiente exige abordagens diferentes, tratadas de modo multidisciplinar. É necessário construir nos futuros profissionais do turismo a compreensão do seu papel de intermediador dessa mudança de percepção.

Neste sentido, uma contribuição fundamental advinda do Ecoturismo e Educação Ambiental, conforme sugere Pacheco (2004) é o deslocamento do foco da problematização das dicotomias visitantes x comunidades locais; conservação x desenvolvimento entre outras, para a ênfase na pluralidade e dinâmica destas interações, que, mesmo quando conflitantes trariam a perspectiva de re-significar o debate sob a ótica da sustentabilidade, reconhecendo as comunidades locais como atores da sustentabilidade e assim contribuindo com a superação da dicotomia natureza e sociedade, que vem sendo apontada pela Educação Ambiental como fundamental para a solução de graves problemas ambientais atuais. Saímos da “trilha” com a vontade de entrar na mata, descobrir o que nos une a ela e ao mundo natural e, como consequência provável, estaremos trilhando novos rumos no nosso cotidiano fragmentado e distante onde a necessidade de interação é muito maior e urgente.

O pacote de turismo só não será prepotente se puder gerar esta provocação, proporcionar o imprevisto. A provocação é este imprevisto. O profissional deveria esquecer um pouco de “controlar” o pacote que ele oferece, que calculou de antemão, tudo previsível, inclusive alguns imprevistos. Sabe-se que a percepção ambiental é alterada, independente do guia de turismo ou do monitor, de forma dirigida ou incidental, de forma direta ou indireta. Mas se o profissional elaborar um roteiro que proporcione ao turista algo que ele não espera, é possível então otimizar essas alteração na percepção. Assim, ele deveria, ao mesmo tempo em que detém todo o controle do que oferece (um espaço muito calculado), proporcionar possibilidades e perspectivas

novas, de situações diferentes que vão surpreender o turista. A surpresa, o redirecionamento do olhar, auxilia a criação uma nova percepção, desejada pelo profissional. Como nos saltimbancos da *Commedia Dell'art*: há um roteiro, mas o artista constrói o espetáculo a partir da interação com o público. Sabe-se o final da história, o pacote é bem feito, só que o roteiro funciona com uma dinâmica que é controlada pelo turista, e o inusitado é o que faz o espetáculo. É o coelho na cartola do mágico.

Referências

AUGRAS, M. R. A. **O ser da compreensão**: fenomenologia da situação de psicodiagnóstico. (10ª ed.). Petrópolis: Vozes, 2002.

CALVINO, I. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das letras, 1998.

CAVALLI-SFORZA, L. ; CAVALLI-SFORZA, F. **Quem somos**: história da diversidade humana. São Paulo: Unesp. 1998.

COMPTON, J.L. Motivation for pleasure vocation. **Annals of Tourism Research**, Surrey, 17, 1979. p.19-23,

DIEGUES, A. C. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 1996.

DIAMOND, J. **Armas, germes e aço**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

FURLAN, S. A. **Lugar e cidadania**: implicações socioambientais das políticas de conservação ambiental (situação do Parque Estadual da Ilhabela na ilha de São Sebastião). 2000. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia Física, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

GNOTH, J. Tourism motivation and expectation formation. **Annals of Tourism Research**, Surrey,, 24, 1997. p. 283 –304,

GUIMARÃES, S. T. Trilhas Interpretativas e Vivências na Natureza: reconhecendo e reencontrando nossos elos com a paisagem. *In: Anais do Iº Congresso Brasileiro de Planejamento e Manejo de Trilhas*. Rio de Janeiro. 2006.

GUIMARÃES, S.T.L. Percepção e Interpretação Ambiental: reflexões a respeito da construção do sentido de lugar e das experiências de topofilia e topofobia. International Geographical Union – Commission on the Cultural Approach in Geography, Rio de Janeiro Conference, **Historical Dimensions of the Relationship Between Space and Culture**, 10-12 junho/2003, (publicação em CD-rom, S12: Espaços de Identidade e de Medo).

HISSA, C. E. V. **A mobilidade das fronteiras**: inserções da geografia na crise da modernidade. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Civilização Brasileira, 1989.

KUHNEN, A. **Representações sociais e meio ambiente**: estudo das transformações, apropriações e modos de vida na Lagoa da Conceição - Florianópolis/SC, 2002. Tese (Doutorado). Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina. 2002.

KREBS, J.R.; DAVIS, N.B. **Introdução a Ecologia Comportamental** (3 ed.). Rio de Janeiro: Atheneu, 1997.

LEAKEY, R. **A origem da espécie humana**. Rio de Janeiro: Rocco Ltda., 1995.

LIMA, S. T. Trilhas interpretativas: a aventura de conhecer a Paisagem. *In: Cadernos do Encontro Interdisciplinar sobre o estudo da Paisagem*. Rio Claro: UNESP, 1998, p.39-43.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MALDONATO, M. **A subversão do ser. Identidade, mundo, tempo, espaço**: fenomenologia de uma mutação. São Paulo: Peirópolis, 2001.

MENDONÇA, R. Turismo ou meio ambiente: uma falsa oposição? *In: LEMOS, M. (org). Turismo: impactos sócio-ambientais*. São Paulo: Hucitec, 1996, p.19-25.

MENDONÇA, R.; NEIMAN, Z. **À sombra das árvores**: transdisciplinaridade e Educação Ambiental em atividades extraclasse. São Paulo: Chronos, 2003.

MERLEAU- PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MORÁN, E. **Adaptabilidade humana**. São Paulo: EDUSP, 1994.

NEIMAN, Z. A Educação Ambiental através do contato dirigido com a natureza. 2007. **Tese** (Doutorado em Psicologia) – Instituto de Psicologia – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

PAIS, J. M. Nas rotas do cotidiano. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, 37, 1993. p.105-115,

PEARCE, P.L.; STRINGUER, P.F. Psychology and tourism. **Annals of Tourism Research**, Surrey, 18, 1991. p. 136-154,

PENNA, A. G. Percepção e realidade – introdução ao estudo da atividade perceptiva. São Paulo: Fundo de Cultura, 1968.

REIGOTA, M. Meio ambiente e representação social. São Paulo: Cortez Editora, 1995. (Coleção Questões da Nossa Época, v.41).

RIBEIRO, Darcy. **O processo Civilizatório**: Etapas da Evolução Sócio-Cultural. 10ª ed., Petrópolis: Vozes, 1987.

ROLNIK, S. Cidadania e alteridade. Texto mimeografado. S/D.

SANTOS, M. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1993.

SCHLINDWEIN, M.N. **Introdução à ecologia aplicada e à biologia da conservação**. Texto didático. Cáceres: Dilipa/Unemat, 2002.

SCHLINDWEIN, M.N. Saúvas e o lúdico: estórias infantis na Ecologia. **Anais do IIIº Simpósio de Infância e Educação**. Catalão: UFG, 2007, p. 38-47.

SCHAMA, S. **Paisagem e memória**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

STRANFORD, C. **Como nos tornamos humanos**: um estudo da evolução da espécie humana. São Paulo: Campus, 2004.

RIDLEY, M. **O que nos faz humanos**: genes, natureza e experiência. Rio de Janeiro: Record, 2004.

WILSON, E.O. **Diversidade da vida**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

Nota:

¹Esta afirmativa, usada por Milton Santos, foi proposta originalmente por Eric Dardel, ao apresentar o conceito de Geograficidade, em 1952, na perspectiva fenomenológica, no ensaio “*L’homme et la terre, nature de la réalité géographique*”.

Zysman Neiman: Laboratório de Ecoturismo, Percepção e Educação Ambiental (LEPEA) - Universidade Federal de São Carlos, Campus Sorocaba
Email: zysman@ufscar.br
Link para o currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6435341856481082>

Viviane Melo de Mendonça: Universidade Federal de São Carlos, Campus Sorocaba
Email: viviane@ufscar.br
Link para o currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4827331651090223>

Marcelo Nivert Schlindwein: Universidade Federal de São Carlos, Campus Sorocaba
Email: mnivert@ufscar.br
Link para o currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9690898537150950>

Data de Submissão: 10 de maio de 2008

Data de Aceite: 15 de setembro de 2008