



TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BAIRRO DE SANTA CECÍLIA EM TERESÓPOLIS/RJ: UM PROJETO¹

Bárbara Helenni Gebara Santin²

RESUMO

O presente trabalho diz respeito ao potencial de inserção de um turismo de base comunitária no bairro de Santa Cecília – área favelizada – em Teresópolis, município localizado na região serrana do estado do Rio de Janeiro. A partir da ideia de cartografia social e da consequente elaboração de um mapa turístico participativo é possível identificar e indicar localidades e atividades que têm potencial de atrativo turístico e que são consideradas de importância cultural, histórica, étnica, política ou até mesmo afetiva para a população local. Este projeto se faz presente pela necessidade de uma atividade turística que contemple e valorize a cultura local e o território de uma comunidade, que resgate sua história e suas tradições, que favoreça a autonomia de gestão para essa comunidade e que desperte a consciência de respeito e valorização de diferentes culturas e lugares nos visitantes.

Palavras-chave: Turismo de base comunitária, Mapeamento participativo, Cartografia social, Favela, Prática socioespacial.

ABSTRACT

This paper is about the potential of the implementation of a community-based tourism in Santa Cecília's neighborhood – favela region – in Teresópolis, city located in the mountain region of the state of Rio de Janeiro. Through the idea of social cartography and its participatory touristic mapping it is possible to identify and indicate localities and activities that have potential for touristic attractions and are considered important for culture, history, ethnicity, politic or even affective to the local population. This project exists for the necessity of a touristic activity that integrates and values the local culture and the territory of a community, which recovers its history and its traditions, that benefits the autonomy of operation for this community and raises the consciousness of respect and appreciation of different cultures and places in the visitors.

Keywords: Community-based tourism, Participatory mapping, Social cartography, Favela, Socio-spatial practice.

INTRODUÇÃO

O projeto de pesquisa que se pretende apresentar diz respeito ao potencial de inserção de um turismo de base comunitária no bairro de Santa Cecília – área favelizada – em

¹ Projeto de pesquisa de Doutorado financiado pela FAPERJ.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, bolsista FAPERJ, barbarahelenni@gmail.com



Teresópolis, município localizado na região serrana do estado do Rio de Janeiro. A partir da ideia de cartografia social e da consequente elaboração de um mapa turístico participativo – mapeamento dos atrativos turísticos potenciais ou já presentes na comunidade, bem como dos empecilhos que podem dificultar o desenvolvimento do projeto turístico – é possível identificar e indicar localidades e atividades que têm potencial de atrativo turístico e que são consideradas de importância cultural, histórica, étnica, política ou até mesmo afetiva para a população local.

O ecoturismo e o turismo de aventura determinam uma boa parcela das atividades turísticas praticadas no município de Teresópolis devido à presença de três parques das três esferas governamentais (municipal, estadual e federal) e da riqueza de formações serranas e picos para escalada e trilha, bem como uma grande quantidade de quedas d'água. Por outro lado, a atual gestão governamental de Teresópolis tem promovido um turismo de perfil britânico pelo fato de a cidade ter sido colonizada primariamente por famílias inglesas, oferecendo eventos de gastronomia e cultura inglesas.

Porém, ninguém melhor que a população local para ajudar na elaboração de roteiros ou atividades turísticas que representem o perfil turístico do município, isto é, um perfil turístico ligado à prática de montanhismo, trilhas, contemplação da natureza, além do forte potencial para o turismo rural. Ao mesmo tempo, é possível que as comunidades moradoras das favelas de Teresópolis conheçam potenciais atrativos turísticos diferentes dos já conhecidos – já que as mesmas localizam-se em morros e em muitos deles há trilhas e mirantes para se contemplar a paisagem tanto urbana quanto natural – e, também, queiram mostrar elementos de sua cultura aos visitantes.

O turismo é uma atividade que pode gerar impactos tanto positivos quanto negativos no meio ambiente. Existem várias segmentações turísticas e cada uma vai impactar ou afetar o espaço de alguma forma. O turismo de massa – turistas que viajam para locais ou regiões turísticas já saturadas, que optam por atividades turísticas organizadas por grandes empresas – é um tipo de prática que muitas vezes é atrelada aos impactos negativos, pois pode acarretar desrespeito com a cultura local, poluição, desperdício de recursos etc. Já o turismo de base comunitária – atrativos e atividades turísticas organizados por uma comunidade autóctone, onde a cultura local é valorizada e a própria comunidade gerencia de forma autônoma o seu turismo – oferece a possibilidade de realizar um turismo mais sustentável, um turismo não predatório que valorize a cultura local.



Este projeto justifica-se então pela necessidade de uma atividade turística que contemple e valorize a cultura local e o território de uma comunidade, que resgate sua história e suas tradições, que favoreça a autonomia de gestão para essa comunidade e que desperte a consciência de respeito e valorização de diferentes culturas e lugares nos visitantes.

O principal objetivo deste projeto de pesquisa é destacar a importância da participação da comunidade local – mais especificamente do bairro de Santa Cecília no município de Teresópolis – na organização de um turismo que têm suas atividades elaboradas de acordo com o que a própria comunidade quer mostrar ao turista ou ao visitante. Alguns objetivos específicos desta pesquisa são a valorização da cultura local; a elaboração, pela comunidade, de um roteiro turístico que inclua a favela; identificação das relações estabelecidas entre turistas e comunidade local; e o entendimento da percepção dos turistas em relação ao local.

METODOLOGIA

A metodologia proposta para o desenvolvimento do presente projeto inclui pesquisa de cunho teórico nas áreas da geografia cultural, turismo e sociologia; pesquisa de campo e construção de uma base de dados de potenciais atrativos turísticos localizados no bairro de Santa Cecília em Teresópolis; e execução de oficinas de mapeamento participativo com os moradores de Santa Cecília para o desenvolvimento de um roteiro turístico de base comunitária no território.

REFERENCIAL TEÓRICO, RESULTADOS E DISCUSSÃO

O espaço vivido e construído

O conceito de espaço na geografia pode ter algumas definições. A conceituação que se deseja trazer para este projeto está relacionada com aspectos de interpretação do espaço mais relacionados com a subjetividade das percepções humanas. O geógrafo Eric Dardel sinaliza dois tipos de espaço: o geométrico (que estaria ligado à Matemática e à Física) e o geográfico (estudado pela Geografia). Este se diferencia daquele através do prisma humano que se projeta em suas interpretações. O espaço geográfico é vívido, as relações humanas e, conseqüentemente, a cultura o preenche de movimento e humanidade (DARDEL, 2011; HOLZER, 2013).



Cultura, segundo Berdoulay (2012) e Tylor (1871), é o conjunto de tradições, da língua de um povo, de seus conhecimentos, sua arte, suas crenças, leis e hábitos presentes em um território específico, em um espaço geográfico. O espaço geográfico está vinculado à materialidade e seus fenômenos; ao mesmo tempo, se refere à relação que se cria entre ser humano e meio ambiente, bem como às intencionalidades humanas e suas vivências para construir e transformar o espaço (HOLZER, 2013). Castro, Gomes e Corrêa (2012) dizem que é no espaço que se criam as estruturas sociais, é no espaço que o indivíduo se funda e se organiza em relação à sua materialidade e também seu simbolismo. Além disso, espaço também representa a complexidade de modos de organizar, pensar o mundo e dar-lhe valores (TUAN, 1983), bem como uma realidade tanto material quanto imaterial e ideal (LÉVY; LUSSAULT, 2003; GOMES, 2005).

Esse espaço vivido e construído pelo homem se fundamenta no corpo, na relação do corpo com os diferentes ambientes, objetos e pessoas no cotidiano. Independente do quadro cultural e histórico, a origem do que se experimenta geograficamente está no “espaço corporalmente vivido” (SEAMON, 1980, p. 161). A partir do estudo da corporeidade do espaço vivido, é possível entender os hábitos construídos em um espaço particular.

Através dessa corporeidade espacial, hábitos, tradições, arte e cultura são produzidos e reproduzidos. É nesse modo de habitar, de ser num mundo vivido particular, que os hábitos são valorizados, se vividos conscientemente, e transformados em patrimônio cultural e, conseqüentemente, podem ser compartilhados com outras pessoas, no caso do presente projeto, visitantes que não vivenciam cotidianamente tal cultura/espaço particular: os turistas.

No espaço vivido há uma organização espacial que dá significado para as relações e as atividades que ocorrem ali (GOMES, 1996). Essas organizações produzem a interação entre a materialidade e o simbolismo do espaço e propiciam uma dimensionalidade e uma complexidade que não podem ser compreendidas sem uma concretude e nem sem seus aspectos simbólicos, os quais estão sempre juntos e em interação.

A organização material dos objetos comunica-se com as atividades sociais, o espaço geográfico é feito de uma materialidade repleta de conteúdo, um agrupamento de relações entre os aspectos físicos e as práticas sociais (SANTOS, 1996). O modo como esses aspectos físicos se arranjam tem uma coerência, a qual estabelece o elemento primordial da interpretação geográfica dos acontecimentos espaciais. Isso é denominado de “ordem espacial” (GOMES, 1997). A geografia é uma disciplina que busca compreender essa dialética das organizações do espaço e das significações e valores que são atribuídas a ele. A organização material dos objetos e fenômenos é algo constantemente presente na execução e



na designação de atividades sociais e essa organização espacial deveria ser pensada como uma situação para a realização dessas atividades. O espaço é ao mesmo tempo a base onde são executadas as atividades sociais, o requisito necessário para que essas atividades existam e o campo que as delimita e lhes dá significado (GOMES, 2012).

As materialidades e simbolismos – os quais são atrelados à cultura de um espaço – estão cheios de significações políticas, étnicas e/ou históricas. Essas significações oferecem uma particularidade simbólica ao espaço, dando aspectos qualitativos que os diferenciam de outros lugares, podendo estar ligados aos seus aspectos social, ambiental e econômico (CORRÊA; ROSENDAHL, 2000). Esse espaço repleto de significados e símbolos pode ser chamado de espaço cultural, no qual hábitos, símbolos e atividades propõem uma organização territorial e uma relação com o meio ambiente, o que leva o ser humano a adaptar-se ao local ou transformá-lo (CASTRO; GOMES; CORRÊA, 2012). Porém, segundo Castro; Gomes e Corrêa (2012) a cultura, especialmente falando, existe para um indivíduo ou grupo que possui aspirações, ou seja, quando há intenção de ação no espaço. Quando espaço e cultura interagem, o indivíduo, enquanto se constrói, constrói lugares.

A partir de conceituações de Tuan (1974) e Holzer (2013), lugares são espaços impregnados de conexão do homem com a terra, impregnados de vínculos, de afeições pelo espaço. É no lugar que o homem pode se sentir em casa, construir relações, estar conectado com o passado e projetar o futuro. A percepção de lugar dá vida ao espaço, o preenche de significados.

Os significados são o ponto central da geografia cultural (COSGROVE, 2000; COSGROVE; JACKSON, 2003). Os significados são concepções que dão sentido a várias áreas da vida. Entender os significados gerados por um grupo é ter um conhecimento mais complexo de certo ângulo de sua realidade, de sua estrutura e ordenação (CASSIRER, 2001). De acordo com Hall (1997), os significados devem ser conhecidos como resultantes de uma concepção apoiada na experiência de diversas sociedades. Visto desse ângulo, reconhece-se os significados como instáveis, qualificados por suas várias possibilidades de expressão, ou seja, é possível que haja diferentes significados para os mesmos sistemas e atividades em diferentes grupos. A variedade de expressão dos significados pode acarretar um conflito entre ideais políticos, valores e crenças, o que adquire um cunho político. Em relação a esse cunho político, segundo Corrêa (2012), ele é o ponto fundamental que transpassa a cultura de uma sociedade e serve como forma de compreender o espaço.



Formas de compreender o espaço

A geografia busca compreender o espaço a partir de uma percepção analítica de uma paisagem ou de um território, mas são as pessoas que habitam certo lugar que podem definir o tipo de experiência geográfica que vivem (SAUER, 1998; HOLZER, 2003). Essas vivências cotidianas no espaço, como já mencionado anteriormente, constroem lugares – conceito foco do presente projeto. Lugar, segundo Tuan (1979), além dos significados usuais da linguagem informal, possui um significado um pouco mais profundo: lugar tem alma, traços particulares, tem sentido. A apreciação estética e a sensibilização dos cinco sentidos do corpo humano geralmente acontecem em um lugar, já que o mesmo acaba requerendo uma proximidade maior com o ambiente (HOLZER, 2003).

O lugar assim é caracterizado através da experiência que os indivíduos têm nele (TUAN, 1975). Essas experiências estão muito relacionadas com a percepção de lar do lugar. Nesse lar, nesse sentir-se em casa, a educação, a arte e a política possuem a função primordial de tornar esses lugares cheios de vida, vida das pessoas que ali vivem e de sua cultura.

Por falar em cultura, suas relações com o espaço são diversas, podem ter diversos ângulos de interpretação. Um desses ângulos que é imprescindível para a geografia é o dinamismo ou o movimento que qualifica a cultura, ou seja, é preciso ir além de uma ideia imobilizada da cultura, é preciso lembrar que as experiências individuais e grupais (e sua qualidade ativa) no espaço tornam a cultura dinâmica (BERDOULAY, 2012).

Essas experiências espaciais (ou no lugar) surgem dos hábitos e, conseqüentemente, de como os indivíduos interpretam o mundo a partir desses hábitos. E esses hábitos – o que também pode ser entendido como formas de se relacionar com o ambiente ao redor – se dão nas sensações e percepções, mas é o modo como se compreende o mundo que dá significado e sentido às percepções. É através desse sentido que se faz os hábitos, que marcas são deixadas no mundo. Em relação a isso, Echeverri e Arias (2014) dizem que os sentidos e o sentido, ou seja, o sentir e o ser sentido ou o devir sensível é aquele que se encarrega de redirecionar o exterior para o interior e vice-versa, pois com o dar sentido ao mundo, sua língua fala aos indivíduos e os indivíduos falam ao mundo.

Nessa comunicação repleta de significados que acontece entre mundo ou meio ambiente e indivíduos, é estabelecido o lugar. O lugar e a experiência de lugar são vivenciados pelos habitantes de um local, pessoas que vivem e convivem em uma mesma porção de espaço cotidianamente, criando e recriando suas relações e suas aspirações. Porém, muitos lugares estão sujeitos a visitas de indivíduos que não fazem parte de seu cotidiano, de



suas atividades e interações, neste caso tanto o morador do lugar quanto o visitante têm percepções diferentes do ambiente. Segundo Tuan (1974, p. 72-73),

Em nossa sociedade de alta mobilidade, as impressões fugazes das pessoas que estão de passagem não podem ser negligenciadas. Em geral, podemos dizer que somente o visitante (e especialmente o turista) tem um ponto de vista; sua percepção frequentemente se reduz a usar os seus olhos para compor quadros. Ao contrário, o nativo tem uma atitude complexa derivada da sua imersão na totalidade de seu meio ambiente. O ponto de vista do visitante, por ser simples, é facilmente enunciado. A confrontação com a novidade, também pode levá-lo a manifestar-se. Por outro lado, a atitude complexa do nativo somente pode ser expressa com dificuldade e indiretamente através do comportamento, da tradição local, conhecimento e mito.

A “análise” que o visitante faz do meio ou do lugar é, geralmente, estética, pois ele não possui a mesma conexão com o local que os moradores possuem, isto é, o local não é um lugar para ele. É necessário algum tipo de atenção ou interesse especial para que haja uma conexão com os valores e com o modo de ver o mundo dos moradores do lugar (TUAN, 1974).

O planejamento turístico do espaço público contempla a quem?

O ato de habitar do homem moderno tem se tornado, como cita Echeverri e Arias (2014), um construir por construir, sem dar muita importância a quem habita e a como se habita, quais as condições sociais, geográficas, políticas etc. É uma maneira de habitar que somente se preocupa em colocar um tijolo em cima do outro para construir uma morada sem consistência ou sem significado, sem sentido, sem vida. Parece que a preocupação é preencher espaços e aglomerar o máximo de pessoas possível. As autoras ainda complementam dizendo que a questão que deveria ser considerada no processo de habitar não é o simples afazer de construir uma casa, um restaurante ou um edifício, mas criar um lugar de pausa, aconchego, proteção, um lugar que proporcione vida, um espaço de encontros entre corpos, onde cada sujeito age com o intuito de deixar marcas em um mundo de sensações, procurando sentir e se deixar ser sentido.

As autoras Echeverri e Arias (2014) também defendem a ideia de que vivemos tempos fugazes, onde a atualidade se concebe na velocidade de ações e, assim, os sujeitos não conseguem deixar suas marcas no meio, pois cada marca deixada por um grupo ou uma cultura anterior é rapidamente apagada por outra. A novidade é a nova temporalidade, sem



recordar o passado, sem refletir sobre o futuro e sem habitar o presente, ou seja, sem fazer lugar.

Ainda em relação ao modo atual – globalizado e acelerado – de habitar o mundo, Lipovetsky (2005) e Gomes (2012) complementam dizendo que o materialismo do industrialismo (o qual reduz os hábitos de compartilhamento), o aumento de metrópoles (que faz com que a socialização diminua) e a transformação do indivíduo em espectador, tirando seu poder ativo de participação e engajamento, comprometeram o caráter democrático e de partilha dos espaços públicos.

Levando essas concepções de habitar o espaço para a área do turismo, é possível realizar alguns questionamentos que se referem ao seu planejamento – o qual inclui (ou deve incluir) políticas públicas, implantação de infraestrutura básica e turística, plano de turismo e participação da sociedade: Como o poder público, e neste caso mais especificamente a prefeitura, organiza dados turísticos e planeja atividades turísticas na cidade ou município? Existe de fato uma participação da sociedade no planejamento turístico da cidade? Que tipo de turismo é planejado? Para quê e para quem? Qual é a mensagem que o município deseja transmitir aos visitantes com o seu perfil turístico?

No município de Teresópolis – localizado na região serrana do estado do Rio de Janeiro, considerado a capital do montanhismo, famoso pela enorme quantidade de trilhas, montanhas, quedas d'água – a atual gestão governamental possui projetos turísticos relacionados principalmente a eventos cervejeiros e gastronômicos, turismo rural, ecoturismo e turismo de aventura. No ano de 2018 o atual prefeito de Teresópolis, Vinicius Claussen, idealizou um evento gastronômico e cultural anual chamado “Sabores Britânicos de Teresópolis”, onde a cultura inglesa é exaltada. Este evento, segundo a Secretaria de Turismo de Teresópolis, justifica-se pelo fato de o município ter sido originado por colonização inglesa e, também o mesmo evento, passou a induzir a criação de um perfil turístico britânico do município. Porém, o que o presente projeto busca refletir é: a população moradora de Teresópolis participou dessa decisão? Teresópolis possui características – tanto físicas quanto simbólicas – compatíveis com um perfil turístico que estaria ancorado em uma cultura não brasileira e colonizadora? Qual seria o perfil turístico de Teresópolis e quem deveria ajudar nessa definição? Interessa a quem o estrangeirismo do perfil turístico do município? A população de Teresópolis é beneficiada com esse tipo de turismo?

Sobre diferentes perspectivas do espaço, e aqui mais especificamente do espaço urbano, Boyer (1994) e Corrêa (2012) falam sobre a diferença entre as práticas simbólicas oficiais e as práticas simbólicas populares, as quais estariam vinculadas ao lugar, ou seja,



aquelas ligadas ao lugar retórico e estas ao lugar vernacular. As práticas simbólicas oficiais seriam referentes à celebração de pessoas e eventos nacionais através de monumentos ou eventos cívicos. Já as práticas simbólicas populares têm a ver com as manifestações culturais repletas de tradição popular local e vínculo identitário com o lugar. Essa diferenciação de práticas e lugares delimita lugares conforme os significados das práticas simbólicas efetuadas.

Para a realização deste projeto seria interessante identificar quais seriam os lugares retóricos e os lugares vernaculares em Teresópolis e como esses lugares e suas práticas simbólicas influenciam nos tipos de turismo que se pratica no município. Seria possível, de um modo muito inicial, pensar os locais associados à exaltação da cultura inglesa como lugares retóricos e os locais de exaltação da cultura local como lugares vernaculares? O presente projeto tem a intenção de analisar as favelas de Teresópolis – lugares de exaltação da cultura popular local – como possíveis lugares para a prática do turismo de base comunitária, já que, como pensam os comunitaristas “é a condição da vida em comunidade que enseja o projeto de democracia forte e participativa como contrapartida ao estilhaçamento da sociedade do liberalismo moderno” (CASTRO, 2012, p. 51).

O turismo de base comunitária ou rede popular de turismo, de acordo com Castro e Fortunato (2014), surge de um engajamento e participação política de uma comunidade interessada em oferecer um novo olhar para a atividade turística. Esse olhar se baseia na filosofia do turismo solidário, o qual busca ver o turismo como uma atividade que precede as segmentações de mercado como o turismo rural, turismo de aventura, ecoturismo etc. O turismo de base comunitária pode levar em consideração os “Seis Vês” do turismo solidário: Visitação, Vivências, Vendas, Vínculos, Veiculação e Validação (FORTUNATO; NEFFA, 2014). Tais Vês representam parâmetros para a organização e a manutenção do sistema turístico em uma região ou em um local. O turismo de base comunitária é, assim, um turismo que uma determinada comunidade quer mostrar e oferecer, um turismo que a própria comunidade organiza, um turismo feito no lugar e não no espaço.

Dessa maneira o turismo de base comunitária acaba tendo um sentido próprio, que é vivenciado naquele lugar específico, com aquela cultura específica que tem seus próprios significados e símbolos. Em relação a isso, Corrêa (2012) diz que a significação e valorização simbólica de um lugar podem ser criadas pelos seus habitantes ou então por sujeitos que não vivem no local (o que pode ser um grupo empresarial ou o governo), nascendo assim formas de preservação ou transformação desses lugares, ressignificando sua importância política, étnica ou histórica, podendo ou não ser mercantilizado. A importância do turismo de base comunitária está justamente na valorização da tradição de uma comunidade ou na valorização



das atividades turísticas que uma comunidade quer oferecer aos visitantes, realizando um turismo que gera renda para a comunidade, valorização da sua cultura e vínculos entre seus indivíduos.

Outro ponto importante do turismo de base comunitária é a valorização da história de uma comunidade em seu território, o qual também é lugar. A separação do lugar e sua história representa, nos tempos atuais, uma das maiores crises da civilização, pois ao estar em um lugar e não conhecer sua história não há como criar vínculos afetivos com ele, isto é, o espaço se torna vazio de significado, vazio do conceito de lar e de lugar, não existindo assim nada que motive uma comunidade a preservá-lo ou transformá-lo (ECHEVERRI; ARIAS, 2014).

A importância da participação da comunidade no planejamento turístico

A ação de habitar é algo que merece reflexão? Que consequências há no pensar o habitar? Quais suas significações? O que há por trás dos modos de habitar? Echeverri e Arias (2014) trazem esses questionamentos para iniciar uma reflexão em que habitar é considerado lugar de enraizamento, de construção, do cotidiano, espaço onde laços são criados, onde se trabalha, se relaciona, onde se faz e se é vida, emerge na coligação do habitat, o habitante e os hábitos, que se conectam para o surgimento do lugar e da vida que emana deles.

O habitar antecede a atividade turística. Se os habitantes de uma cidade não usufruem de sua infraestrutura – porque não há infraestrutura ou porque não têm acesso a ela – então um turismo bem planejado acaba se tornando difícil. Seria ideal se o turismo fosse consequência de uma cidade ou região bem estruturada, que possui infraestrutura básica para seus cidadãos ou, ao menos, ser um impulsionador para melhorias de infraestrutura; o turismo de base comunitária ou a participação da população nas decisões relacionadas à infraestrutura básica e turística podem ser também uma possibilidade de um turismo que valoriza um habitat, sua cultura e traz melhorias para seu cotidiano.

Seria interessante pensar a interação existente entre cultura de um lugar e os indivíduos que vivenciam cotidianamente tal cultura. É preciso lembrar que essa interação é uma faca de dois gumes: de um lado, temos uma cultura dada, posta pelo lugar – claro que sempre criada e recriada pelos indivíduos –, do outro lado, temos as aspirações dos indivíduos, isto é, as possibilidades de ação e de transformação dessa cultura. Em relação a isso Berdoulay (2012, p. 121) diz que

(...) considerada do ângulo do espaço, a cultura só existe se o indivíduo tiver consciência de si e de seus objetivos, ou seja, se o sujeito tiver aspirações. Assim, a



reflexividade é, talvez, o que possibilita caracterizar melhor o potencial de liberdade e de criatividade que a cultura possui quando é abordada geograficamente. É nesse aspecto que ela possui um forte potencial político.

Nas políticas da área do turismo, a participação da população vem se tornando cada vez mais recorrente, já que há nas políticas públicas e na academia um processo de valorização de tal participação popular de uma forma que seja possível assegurar uma prática turística sustentável. Segundo Castro e Fortunato (2014), esse é um processo que não acontece somente na área do turismo, mas em uma variedade de setores, onde a descentralização, mobilização popular e autonomia municipal são mais valorizadas. Ainda em relação a isso é dito que

(...) no Brasil, o planejamento turístico seguiu este processo de descentralização e as políticas públicas do campo do turismo também investem na participação de diversos agentes visando à reflexão e a inclusão social no desenvolvimento da atividade. Partimos da premissa que a formação de redes populares de turismo, nas quais pessoas se mobilizam e interagem visando decidir caminhos para produção do território turístico é um fenômeno importante para renovar o modo de se pensar a política e a administração pública no campo do turismo (CASTRO; FORTUNATO, 2014, p. 151).

Algumas das linhas para a descentralização em andamento no país estão presentes no Programa de Regionalização do Turismo (2007) como: diminuição das desigualdades na sociedade e economia regionais através do aumento da oferta de trabalho; promoção, descentralização e regionalização do turismo, incentivando a autonomia estadual e municipal no planejamento das atividades turísticas contemplando a sustentabilidade e a segurança, com a plena participação das comunidades nos benefícios que vêm do crescimento econômico do turismo; incentivo para a prática de um turismo sustentável em áreas naturais, estimulando o turismo como difusor de educação ambiental e estimulando a adesão de atividades com redução de impacto que se alinhem com a preservação das áreas naturais; e manter a identidade da cultura de comunidades e grupos tradicionais ocasionalmente afetados pelo turismo. Essas linhas mostram o empenho no poder regional ou local para se produzir territórios turísticos.

As redes populares possuem o poder de criar e manter melhores conjunturas sociais e ambientais para os locais ou territórios turísticos. A presença dos indivíduos nas redes populares de turismo tem a capacidade de ser um meio para que haja a manifestação legítima das territorialidades – ou lugaridades – das comunidades que querem promover turisticamente seus locais (CASTRO; FORTUNATO, 2014). O governo federal, através do Programa de



Regionalização do Turismo (BRASIL, 2007) ressalta a relevância da descentralização e das redes populares para a consolidação das práticas turísticas, defendendo que a mobilização em rede possui grande força para divulgar informações e troca de conhecimentos de maneira descentralizada, já que assim é possível haver cooperação, trabalho em equipe, gestão autônoma e partilhada entre a comunidade. Porém, é necessário acrescentar que as redes populares de turismo podem ser criadas independentemente de um aval do governo. Assim, é preciso lembrar a importância de a população iniciar mobilizações locais para fortalecer sua ação política, buscando acordo e emancipação de gestão turística, qualificando, assim, o espaço (CASTRO, 2012; CASTRO; FORTUNATO, 2014).

Esses movimentos populares acabam criando significados e símbolos em um local ou roteiro específico, e as próprias pessoas que se mobilizam para construir e fortalecer as redes populares de turismo começam a se identificar com esses movimentos (CORRÊA, 2012), mesmo porque quando um indivíduo ou grupo age, dentro desse contexto, ele se baseia nos valores ou referenciais ideológicos da sua própria cultura (BERDOULAY, 2012).

Turismo de base comunitária e mapeamento participativo

A formação de redes populares e turismo comunitário são imprescindíveis para que as comunidades sejam incluídas nos projetos de turismo local e para seu desenvolvimento econômico. Essa estratégia é capaz de contemplar o diverso potencial turístico do município e a sustentabilidade (CASTRO; FORTUNATO, 2014). Mas como colocar em prática esse turismo de base comunitária? Isto é, por onde começar? Como os habitantes de um potencial local turístico podem tomar consciência de todos os possíveis atrativos e, ao mesmo tempo, organizá-los para que um roteiro seja elaborado? Através da ideia de cartografia social.

A cartografia social é uma categoria de cartografia na qual a comunidade elabora mapeamentos fundamentados nas percepções e interpretações da comunidade em relação ao território. De acordo com Castro e Fortunato (2014, p. 155),

(...) esta modalidade de cartografia surgiu, segundo Acelrad e Coli (2008), no final do século XX, quando as representações cartográficas passam a contemplar a participação da população local nos processos de produção de mapas. Uma das ações mais conhecidas no Brasil de cartografia social é o projeto intitulado “Nova Cartografia Social da Amazônia”, coordenado pelo antropólogo Alfredo Wagner B. de Almeida. (...) o material produzido com a autcartografia dos povos da Amazônia é um instrumento de fortalecimento dos movimentos sociais e de suas identidades coletivas e territorialidades específicas. Compreendemos que a cartografia social



pode se tornar um importante instrumento não somente para identificação de problemas cotidianos e da expressão de identidades sociais e suas expressões territoriais, mas também de potencialidades sociais e relativas à atividade turística, sendo o mapa construído coletivamente, uma representação do espaço vivido.

O princípio da cartografia social está muito bem atrelado ao processo de diálogo entre espaço e cultura. Segundo Castro, Gomes e Corrêa (2012), desse diálogo surgem lugares construídos pelo indivíduo que, ao mesmo tempo está construindo a si próprio. Nesse esquema, existe a escolha de diferentes componentes espalhados no meio material e cultural, os quais são sempre revisitados e ressignificados de acordo com novas descrições e narrativas. Assim, as redes populares de turismo, juntamente com a cartografia social, objetivam estruturar diferentes competências das comunidades, procurando a manifestação de territorialidades novas, isto é, a elaboração de produtos, roteiros e atividades populares que oferecem um olhar diverso daquele oferecido pelo mercado turístico padronizado (CASTRO; FORTUNATO, 2014).

A execução do mapa com inspiração na cartografia social, neste caso, é chamada de “mapeamento participativo” ou “mapeamento turístico participativo”. Seu principal objetivo é cartografar os atrativos turísticos já existentes ou potenciais e, também, os obstáculos que podem travar a evolução do projeto turístico. Nessa perspectiva, o mapeamento participativo coloca a mostra problemas relacionados à infraestrutura básica e questões como necessidade de conservação patrimonial, tanto natural quanto cultural, políticas públicas etc. (CASTRO; FORTUNATO, 2014).

Para a elaboração do mapa participativo é interessante que se crie uma oficina de mapeamento. Antes do mapeamento na oficina, é indispensável a coleta de dados – uma espécie de inventariação – através de pesquisas e idas a campo. Há também dois modos de representação cartográfica, são eles o mapa mental e o etnomapeamento – importante também ter em mente a possibilidade de as informações surgirem através das falas dos participantes do mapeamento, ocorrendo assim as “carto-falas” (CASTRO; FORTUNATO, 2014; FERREIRA et al., 2014). Na execução do mapa mental, os participantes realizam um mapeamento livre; na execução do etnomapeamento, o mapeamento é realizado em cima de uma estrutura cartográfica já existente.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto de pesquisa aqui apresentado se encontra em fase inicial e por isso não há ainda resultados práticos – já que o ingresso no Doutorado se iniciou em Março deste ano (2021) e, devido à situação pandêmica referente à Covid-19 no país, não foi possível, ao menos até o momento de escrita deste trabalho, realizar oficinas de mapeamento participativo; somente uma reunião foi realizada em Agosto deste ano com os moradores do bairro de Santa Cecília para ajustar detalhes de como as oficinas serão organizadas. Ainda assim, a comunidade de Santa Cecília já possui projetos que podem ser inseridos na construção de um roteiro turístico de base comunitária, sendo eles: o plantio de uma horta comunitária, a criação de um Parque Urbano com acesso a trilhas e mirantes e a realização de uma feira de artesanatos feitos por moradoras e moradores do bairro. Esses atrativos turísticos em potencial estarão indicados no mapa que será construído através do mapeamento participativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A incumbência para os próximos tempos – incluindo o turismo no processo participativo de construção de mundo (para um mundo melhor) –, segundo Santos (2007) é reaprender a exercer o papel de cidadão, junto com um processo vigilante em relação ao consumo, o que, de acordo com o autor, se complementam. Essa consciência se mostra mais difícil de adquirir em países, como o Brasil, que se encontram imbricados com a cultura do consumo, incentivado não somente pelo setor privado, mas também pelo poder público.

Talvez um turismo praticado e planejado com consciência, educação e ética possa ser a chave para começarmos a pensar a reformulação urgente do planeta. O ato de viajar pode ser educador e transformador, contudo tem se mostrado ganancioso e estagnado, dentro dos moldes do capitalismo. Um turismo comunitário pode talvez ajudar a mudar esse cenário, um turismo criado pela base, pelas classes menos favorecidas, pelas pessoas que vivem em contato com a sua terra e seus hábitos comunitários; essas pessoas serão criadoras de um novo turismo, incumbidas também de educar os novos turistas, contribuindo para que estes se tornem mais conscientes, éticos e com um olhar mais integrador.



REFERÊNCIAS

BERDOULAY, V. Espaço e Cultura. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BOYER, M. C. **The City of Collective Memory: Its historical imagery and architectural entertainments**. Cambridge: MIT Press, 1994.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Formação de Redes**. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

CASSIRER, E. **A filosofia das formas simbólicas: primeira parte. A linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTRO, C. M.; FORTUNATO, R. A. Redes populares de turismo e experiências de mapeamento participativo: a atuação da Rede Brasilidade Solidária em Teresópolis (RJ). **Revista Continentes**, ano 3, N. 5, P. 150-161, 2014.

CASTRO, I. E. O espaço político: limites e possibilidades do conceito. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CORRÊA, R. L. Espaço e simbolismo. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Geografia cultural: um século**, v. 2. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000.



COSGROVE, D. Mundos de significados: geografia cultural e imaginação. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Geografia cultural: um século**, v. 2. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000.

COSGROVE, D.; JACKSON, P. Novos rumos da geografia cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

DARDEL, E. **O homem e a Terra: natureza da realidade geográfica**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

ECHEVERRI, A. P. N.; ARIAS, D. A. B. Geografías del habitar: un habitar geopoético en la era planetaria. **Geograficidade**, V. 4, N. 2, P. 19-31, inverno 2014.

FERREIRA, T. S. F.; ALVES, S. L. P.; DAOU, A. M. L.; MENEZES, P. M. L. O Artesanato em Garrafas de Areia Colorida da Praia de Majorlândia (CE): Uma experiência de mapeamento participativo. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Cartografia, V Congresso Brasileiro de Geoprocessamento e XXV Expositicarta**. Gramado, 2014.

FORTUNATO, R. A.; NEFFA, E. M. Abordagem Complexa e Desenvolvimento Local por meio do Turismo Solidário: o caso da rede “Brasilidade Solidária”. **Turismo em Análise**, v. 25, n. 1, p. 51-74, 2014.

GOMES, P. C. C. **Geografia e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

_____. Geografia *fin de siècle*: o discurso sobre a ordem espacial do mundo e o fim das ilusões. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Explorações geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

_____. O silêncio das cidades: os espaços públicos sob ameaça, a democracia em suspensão. **Cidades**, v. 2, n. 4, p. 249-266, 2005.

_____. Espaços públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.



HALL, S. **Representations: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: Sage, 1997.

HOLZER, W. O conceito de lugar na geografia cultural-humanista: uma contribuição para a geografia contemporânea. **GEOgraphia**, ano V, N. 10, P. 113-123, 2003.

_____. Sobre territórios e lugaridades. **Cidades**, v. 10, n. 17, p. 18-29, 2013.

LÉVY, J.; LUSSAULT, M. (Org.). **Dictionnaire de la géographie et de l'espace dès sociétés**. Paris: Belin, 2003.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. São Paulo: Manole, 2005.

PREFEITURA DE TERESÓPOLIS. **Sabores britânicos de Teresópolis – 200 anos da colonização inglesa**. Teresópolis: Prefeitura de Teresópolis, 2018. Disponível em: <<https://teresopolis.rj.gov.br/sabores-britanicos-de-teresopolis-200-anos-da-colonizacao-inglesa/>>. Acesso em: 8 nov. 2020.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, M. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Edusp, 2007.

SAUER, C. O. A morfologia da paisagem. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SEAMON, D. Body-subject, time-space routines and place-ballets. In: BUTTIMER, A.; SEAMON, D. (Eds.). **The human experience of space and place**. New York: St. Martin's Press, 1980.

TUAN, Y. **Topofilia – Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: Difel, 1974.



XIV ENCONTRO NACIONAL DE
PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM

GEOGRAFIA

XIV ENANPEGE
ESPAÇO DIGITAL

_____. Place: an experiential perspective. **Geographical Review**, V. 65, N. 2, P. 151-165, 1975.

_____. Space and place: humanistic perspective. In: GALE, S.; OLSSON, G. (Eds). **Philosophy in Geography**. Dordrecht: Reidel Publ. Co., 1979.

_____. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983.

TYLOR, E. B. **Primitive Culture**. London: Murray, 1871.

VIAGEM E TURISMO. **Teresópolis**. Editora Abril, 2020. Disponível em:
<<https://viagemeturismo.abril.com.br/cidades/teresopolis/>>. Acesso em: 8 nov. 2020.