

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**A EXPERIÊNCIA ATRAVÉS TURISMO SUSTENTÁVEL COMO POSSIBILIDADE
DE APRENDIZAGEM SOCIAL**

**THE EXPERIENCE THROUGH SUSTAINABLE TOURISM AS A POSSIBLE
SOCIAL LEARNING**

Camila Pascotini Grellmann

RESUMO

A relação entre turismo e sustentabilidade vai além dos cuidados ao meio ambiente físico. Acredita-se que as práticas turísticas permitem o encontro, a interação e as trocas entre as pessoas. Por isso, esse breve trabalho pretende refletir sobre como a experiência através do turismo sustentável pode contribuir com a aprendizagem social. Entende-se que o turismo pode proporcionar relações em diferentes contextos, as quais afetam o comportamento individual e coletivo. Metodologicamente, foi aplicada uma pesquisa exploratória, realizada a partir de uma revisão bibliográfica. Assim, o turismo, aliado aos princípios da sustentabilidade, não somente é capaz de contribuir para o crescimento econômico de uma comunidade como também de estimular a consciência de preservação ambiental e o desenvolvimento social como um todo.

Palavras-chave: turismo sustentável, aprendizagem social, experiência.

ABSTRACT

The relationship between tourism and sustainability goes beyond the care of the physical environment. It is believed that tourism practices allow the encounter, interaction and exchanges among people. Therefore, this brief paper aims to reflect on how the experience through sustainable tourism can contribute to social learning. It is understood that tourism can provide relations in different contexts, which affect the individual and collective behavior. Methodologically, an exploratory research was applied, made from a literature review. Thus, tourism combined with the principles of sustainability, not only is able to contribute to the economic growth of a community as well as to stimulate awareness of environmental preservation and social development as a whole.

Keywords: sustainable tourism, social learning, experience.

1. INTRODUÇÃO

A humanidade precisa adotar um novo estilo de vida, mais ligado às experiências e contato com as pessoas e menos relacionado com o consumo. Fazer escolhas mais sustentáveis durante a prática turística favorece a mudança de comportamento e a adoção de novos hábitos em nossa vida diária.

Esse breve trabalho pretende refletir sobre como a experiência através do turismo sustentável pode contribuir com a aprendizagem social. Entende-se que o turismo pode proporcionar relações em diferentes contextos, as quais afetam o comportamento coletivo e o desenvolvimento das pessoas.

Diante das diversas conceituações relacionadas ao turismo e à sustentabilidade, destaca-se a diferença entre os termos turismo sustentável e ecoturismo. O ecoturismo é um segmento do turismo, enquanto os princípios que se almejam para o turismo sustentável são aplicáveis e devem servir de premissa para todos os tipos de turismo em quaisquer destinos.

São sete os princípios propostos pelo Conselho Brasileiro para o turismo sustentável: respeitar a legislação vigente; garantir os direitos das populações locais; conservar o meio ambiente natural e sua diversidade; considerar o patrimônio cultural e valores locais; estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos; garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes; e estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis.

Sendo assim, o ecoturismo, segundo o Ministério do Turismo do Brasil (2010) pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza e as comunidades receptoras, comprometidas com a conservação do meio ambiente, a educação ambiental e o desenvolvimento socioeconômico. Já o turismo sustentável, foco desse trabalho, é o que relaciona as necessidades dos turistas e das regiões receptoras, protegendo e fortalecendo oportunidades para o futuro. Contempla a gestão dos recursos econômicos, sociais e necessidades estéticas, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte à vida, segundo a Organização Mundial do Turismo (1999).

2. TURISMO SUSTENTÁVEL, APRENDIZAGEM SOCIAL E EXPERIÊNCIA

Num mundo cada vez mais globalizado, o turismo se coloca como uma atividade importante para a sociedade, pois potencializa a interação humana e a integração política, cultural e econômica. Sua relação com a sustentabilidade torna-se pertinente e necessária, de modo que a atividade turística venha a ser produtiva economicamente, justa socialmente e correta ambientalmente.

Para Elkington (2011, p. 20) a sustentabilidade é o “princípio de assegurar que nossas ações hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as gerações futuras”. A sustentabilidade turística, assim, pode ser vista como um modo de se fazer turismo satisfazendo as necessidades das pessoas envolvidas, de maneira a não comprometer as futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades, (SWARBROOKE, 2000). É importante se ter consciência de que o crescimento econômico através do turismo precisa ser viável ao ambiente.

Além disso, a inclusão da comunidade local no desenvolvimento turístico é indispensável. Para Kuzaqui (2000), qualquer viagem feita por uma pessoa, independentemente da sua cultura, constitui uma troca de experiências construtiva tanto para o turista quanto para o país visitado. Nesse sentido, a cidade só é boa para o turista se for também para o nativo.

O termo “turismo sustentável” encontra dificuldades de compreensão não só pelos turistas, como também pelas organizações turísticas. A questão da sustentabilidade no turismo

não pode ser pensada apenas como o cuidado ao meio ambiente físico. É preciso compreender que o turismo sustentável refere-se também a elementos sociais e culturais (SWARBROOKE, 2000). A partir do momento em que são considerados os fatores socioculturais, a autenticidade torna-se a base para o turismo sustentável, pois “[...] o desenvolvimento sustentável de turismo baseia-se em qualidades humanas, como emoções, empatia, cordialidade ou intuição” (LOCKWOOD; MEDLIK, 2003, p. 72). Assim, somente através da verdade e da distinção dos valores sociais e culturais, será possível chegar a um turismo consideravelmente sustentável.

Swarbrooke (2000) considera também que o turismo sustentável é economicamente viável e não destrói os recursos dos quais o turismo no futuro dependerá, principalmente o meio ambiente físico e o tecido social da comunidade local. O autor ainda acrescenta que precisamos enfocar com mais atenção as dimensões socioculturais do turismo sustentável.

Muitas pessoas já têm consciência da importância do desenvolvimento sustentável, mas, quando viajam, esquecem-se de sua responsabilidade como turistas. Swarbrooke (2000) afirma que talvez os turistas, que levam a sério o desenvolvimento sustentável em suas vidas diárias, acreditem que suas viagens de férias são o único momento em que se podem comportar hedonisticamente, sem a necessidade de se preocupar com o coletivo.

Para Ever (apud LUCHIARI, 2000, p. 118), o turismo sustentável “apoia-se nos princípios de uso sustentável dos recursos naturais, de manutenção da diversidade natural e cultural, de envolvimento e integração das comunidades locais, de um marketing responsável, da necessidade de pesquisas, entre outros”. Diante disso, para estimular o turismo sustentável é necessário que as pessoas se sensibilizem e compreendam que a diminuição dos impactos pode tornar suas férias mais prazerosas. Segundo Swarbrooke (2000), existem duas formas capazes de estimular um turismo mais sustentável: aumentar a conscientização sobre as questões que dizem respeito ao turismo sustentável, de modo imaginativo e efetivo; e mostrar que os impactos do turismo sustentável também podem levar a viagens mais satisfatórias.

A satisfação do turista é imprescindível, mas, para alcançá-la de maneira sustentável, é preciso que as organizações prestadoras de serviços turísticos ofereçam produtos condizentes com a sustentabilidade. Além disso, quanto mais informação o turista receber e quanto mais conhecimento sobre o local e a comunidade ele tiver, maior será seu comprometimento social. Nesse sentido, o turista não pode pensar apenas em si, ele precisa estar ciente do impacto que pode causar.

Para Krippendorf (2001), as motivações dos turistas são sempre dominadas pelo egoísmo. Enquanto assim for, e o interesse pelas regiões visitadas ficar restrito à função de repouso, não poderá existir um turismo melhor. As pessoas precisam entender que atitudes e comportamentos benéficos ao ambiente como um todo são essenciais para o desenvolvimento de um turismo sustentável.

O turismo é um fenômeno complexo, que não se vale apenas da contemplação, mas requer deslocamento físico, encontro e troca de experiências entre as pessoas. O homem atual busca a fuga do cotidiano, a reconstrução de realidades, e, acima de tudo, a afirmação da sua identidade, que garante o diferencial de cada um (PEREIRA, 1999). A capacidade de proporcionar todas essas vivências faz do turismo um fenômeno que pode contribuir para a vida em sociedade.

Desse modo, percebe-se a extrema importância do estudo do fenômeno turístico para a compreensão das relações sociais. Pereira (1999) ainda afirma que a atividade turística tem como característica principal aproximar as pessoas através do encontro, estabelecendo um processo dialógico, com todas as nuances no que se refere à interação social. Assim, a temática da aprendizagem pode potencializar a discussão sobre o turismo e as suas relações com as experiências dos indivíduos. Muitos campos de conhecimento procuram entender o processo de aprendizagem social. Correntes conceituais da administração, educação, psicologia, sociologia, neurociência, entre outros, “carregam paradigmas, ideologias, explicações

científicas, fatos e argumentos de diversas ordens e que trazem explicações de natureza cognitiva, comportamental, emocional, e afetiva” (MADRUGA, 2009, p. 31).

A aprendizagem social é pensada a partir da experiência do indivíduo em coletividade. Ser social é participar e se inteirar dos problemas sociais. Sabe-se que o turismo é um dos mais impressionantes fenômenos do comportamento humano contemporâneo principalmente por permitir o encontro, a interação e as trocas entre as pessoas (WAINBERG, 2003). Com isso, a possibilidade de estabelecimento de relações interpessoais e a participação, faz também do turismo um meio de aprendizagem social.

A sociabilidade provocada pelas práticas turísticas e de lazer torna-se forma de aprendizado e de amadurecimento pessoal. A não obrigação de cumprir tarefas desperta o interesse por outras atividades e pela busca de informações e experiências que, muitas vezes, passam despercebidas no cotidiano (DUMAZEDIER, 2000).

Larrosa (2002, p. 25-26) define a “experiência como aquilo que ‘nos passa’, ou que nos toca, ou que nos acontece, e ao nos passar nos forma e nos transforma”. O sujeito da experiência é o sujeito disponível, aberto ao mundo e àquilo que lhe chega, que se coloca em risco de viver e sentir o novo. Através da experiência é possível modificar nossa maneira de percebermos o mundo, de interpretar outros seres, outros lugares. Viajar como a experiência de aventurar-se em modos distintos de viver, de comer, andar, vestir-se, de relacionar-se com o meio socioambiental, econômico e político dos lugares.

O turismo pode possibilitar vivências ímpares, sobretudo através de experiências que implicam aprendizagens em grupo. As relações interpessoais, o encontro com o diferente, a fuga da rotina, a possibilidade de fazer novas relações e de conhecer novos lugares, enfim, tudo que envolve a experiência de viajar, de deslocar-se para outros mundos e modos de vida, agrega algum conhecimento a quem a vivencia.

Uma viagem não precisa ser somente lazer ou ruptura do cotidiano, ela pode ser mais que isso. Uma viagem é capaz de implicar numa experiência de conhecimento do outro e de autoconhecimento (LABATE, 2000). A complexidade do fenômeno turístico envolve, entre outras coisas, a subjetividade do conhecimento referente aos outros e a si mesmo.

Por isso, reitera-se que as experiências, proporcionadas pelo turismo, podem ser pensadas como processos de aprendizagem social. Krippendorf (2001) enfatiza que, no decorrer de uma viagem, atitudes e comportamentos dos indivíduos são modificados, e tais transformações podem influenciar a sociedade como um todo. De fato, as experiências de uma viagem tornam-se aprendizados que podem contribuir para um melhor comportamento da pessoa, o que favorece a sociedade. E não só a sociedade é beneficiada, mas também o desenvolvimento de um turismo mais humanitário. As pessoas deveriam ser mais incentivadas a viajar. Ainda para Krippendorf (2001, p. 180), “o melhor meio de chegarmos ao turismo mais humano é, sem dúvida, o de possibilitar às pessoas a oportunidade de se iniciarem na arte de viajar”.

Atitudes de responsabilidade socioambiental podem ser atribuídas às práticas turísticas, seja através de programas de sensibilização ou de novas experiências nas viagens que possibilitem o amadurecimento dos turistas enquanto seres sociais, livres e solidários. Acredita-se, então, que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento sociocultural e econômico da sociedade.

3. METODOLOGIA

Para a construção metodológica deste breve estudo, percorreu-se o caminho de uma pesquisa exploratória, a qual caracteriza-se por um planejamento flexível envolvendo levantamento bibliográfico (DENCKER, 1998).

Segundo Stumpf (2006, p. 51), esse tipo de pesquisa consiste em “um conjunto de

procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados”. Assim, essa pesquisa bibliográfica foi realizada em documentos, livros, artigos, teses, revistas científicas e sites na Internet.

Por fim, para fundamentar teoricamente o resumo expandido apresentado, realizou-se a apreciação crítica sobre as relações entre turismo sustentável, aprendizagem social e experiência.

4. CONSIDERAÇÕES

Estes escritos limitaram-se à abordagem dos conceitos: turismo sustentável, aprendizagem social e experiência. Pretende-se, a partir desse resumo expandido, continuar as reflexões acerca da temática. Com isso, outros aspectos podem ser levados em consideração, como: educação, interações sociais, gestão do turismo sustentável, atuação das organizações turísticas, etc.

Além do mais, sabe-se que a pesquisa bibliográfica funciona como passo inicial para a realização de pesquisas sobre turismo e sustentabilidade, porém ela possui lacunas que poderão ser preenchidas pela aplicação de outros instrumentos e pela análise de dados, tornando o estudo ainda mais eficaz.

Sendo assim, as atividades turísticas possibilitam a união entre lazer e educação, por meio do aprendizado que as experiências provocam. A aprendizagem social busca o desenvolvimento das pessoas, com a intenção de agir além da dimensão individual, considerando o coletivo. Para isso, é preciso estimular algumas competências sociais como: compreender os outros, fazer com que os outros percebam sua reação e emoção, relacionar-se bem em diferentes contextos e agir pelo coletivo.

Os turistas, através das novas experiências vivenciadas pelo turismo, podem e devem exercitar não só a sua liberdade, como também maneiras de ser solidário e compreensivo com os outros. O estudo do comportamento e das experiências do turista torna-se importante a partir do momento em que busca contribuir para o desenvolvimento de viagens com senso de humanidade e igualdade entre as pessoas (KRIPPENDORF, 2001). Portanto, entende-se que o turismo não só pode contribuir para o crescimento econômico de uma localidade como também estimular a consciência ambiental e o desenvolvimento social como um todo.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas**. 2 ed. Brasília, DF, 2010.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e Cultura Popular**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

ELKINGTON, John. **Canibais de garfo e faca**. São Paulo: Makron Books, 2001.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing Turístico e de Hospitalidade**: Fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil. São Paulo: Makron Books, 2000.

LABATE, Beatriz Caiuby. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (orgs). **Olhares Contemporâneos sobre o Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000. Cap. 3, p. 55-80.

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber da experiência. **Revista Brasileira de Educação**. Campinas, n. 19, p. 20-28, jan-abr. 2002.

LOCKWOOD, A. MEDLIK, S. **Turismo e hospitalidade no século XXI**; tradução de Eliana Keeling, John Keeling. Barueri, SP: Manole, 2003.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Urbanização Turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (orgs). **Olhares Contemporâneos sobre o Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000. Cap. 5, p. 105-130.

MADRUGA, Lúcia Rejane da Rosa Gama. **Comportamento coletivo e interações sociais no comitê de gerenciamento da bacia hidrográfica do rio Santa Maria: aprendizagem social e emergência do empreendedorismo socioambiental**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro de estudos e pesquisa em agronegócios. Porto Alegre, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Código Mundial de Ética do Turismo**. Santiago do Chile: OMT, 1999.

PEREIRA, Berenice C. M. Viagem na atualidade. In: CASTROGIOVANI, Antônio Carlos; GASTAL, Susana (orgs). **Turismo Urbano**: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999. P. 129-138.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. P. 51-61.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável**: conceitos e impacto ambiental, vol. 1. São Paulo: Aleph, 2000.

_____. **Turismo Sustentável**: meio ambiente e economia, vol. 2. São Paulo: Aleph, 2000.

WAINBERG, Jacques A. **Turismo e comunicação**: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.