



Turismo e seus imaginários: O roteiro turístico tematizado¹

Rebecca CISNE²

Susana GASTAL³

Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, RS

RESUMO: Temos enfatizado em nossas pesquisas a ausência de produções críticas em nível conceitual e reflexivo sobre o tema roteiro turístico. Este artigo é resultante de uma pesquisa maior que tem como foco central o debate do tema. Neste recorte objetivamos discutir a questão da tematização aliada ao Roteiro Turístico. Nesse sentido, ancoramos a discussão ao tema Imaginário (Maffesoli, 2001) e, a partir disso às Tecnologias do Imaginário (Silva, 2003), considerando o momento sócio-cultural hodierno dos sujeitos turísticos. Construído sob bases reflexivas, este artigo não é um fim em si mesmo, mas um primeiro ensaio para incitar discussões sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Turística. Imaginários. Tematização. Roteiro Turístico.

1 CONCEPÇÕES PRELIMINARES

As tecnologias contemporâneas de informação disponibilizam mídias que encaminham uma nova relação entre fonte-receptor e, como tal, afetam diferentes processos sociais. Um desses processos, bastante alterados, é o que envolve o turismo e o viajar, aí incluído o roteiro turístico. O criar, utilizar ou mesmo comercializar roteiros turísticos atinge novas dimensões, implicando, também, rediscuti-lo do ponto de vista conceitual, filosófico e prático, a partir dos novos contextos socioculturais contemporâneos. Em textos anteriores, temos enfatizado a negligência acadêmica ao relegar a compreensão do roteiro turístico ao entendimento de senso comum, entre outros, no que se refere à tematização. Dando desdobramento à discussão, no presente artigo, questiona-se a concepção das tematizações em termos de componentes, pressupostos e imaginários correlatos aos roteiros turísticos, ancorando a discussão à teoria de Maffesoli (2001) para imaginários e, a partir, disso às tecnologias do imaginário conforme Silva (2003), tendo como cenário a posmodernidade. Construído sob bases reflexivas, este

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Turismo e Hospitalidade do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) Especialista em Ensino e Aprendizagem de Língua Estrangeira – Inglês (UCS). Bacharel e Turismo-Ecoturismo pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia (IESAM). rebeccacisne@gmail.com

³ Pesquisador, orientador e professor do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. sgastal@terra.com.br



artigo tem por objetivo, em um viés ensaístico, incitar discussões sobre o tema e suas questões correlatas. Como metodologia, utiliza-se a teoria do texto, conforme Barthes (1987) e Eco (1999). Para o primeiro, o texto é um campo metodológico aberto inclusive à contradição; Eco (1999, p.81), por sua vez, o considera “um sistema de relações internas que atualiza certas ligações e narcotiza outras”, fazendo emergir o sentido. Busca-se, portanto, a construção de sentido da questão tematização-imaginário e sua relação dialética com a roteirização turística.

Enquanto cenário posmoderno, reporta-se ao proposto por (BOYER, 2003, p. 19), para quem o “turismo foi inventado” ao longo da Modernidade: iniciaria nas viagens humanistas pela Itália da Roma Clássica, no século XVI; passaria pelo romantismo e sua exaltação à natureza e ao bucólico, em especial no século XVIII; pela invenção do termo *turista* pelos ingleses, por volta de 1800-1815; agregando, no século XX, uma íntima relação com a indústria cultural, dos singelos cartões postais à sofisticação tecnológica dos sites na Internet. Este *turismo inventado* também significará um treinamento de olhar: ele ensinará a olhar o mar, a montanha e outras paisagens (BOYER 2003), mas também imporia outra vivência do corpo, do tempo livre, das relações sociais, e, mesmo que já não se fale em *grand tour*, manter-se-ia a vivência da viagem como um ritual de crescimento, maturidade e transição (WHITE e WHITE, 2004). E se o turismo é inventado, ele também pode ser constantemente reinventado, como seria o caso de produtos turísticos como Las Vegas e os parques temáticos, além de outros espaços turistificados pela posmodernidade (DOUGLASS, 2004), nos quais a tecnologia se faz em presente, em muitos casos – a Disney seria um dos exemplos – no âmbito da indústria cultural⁴. A considerar, ainda, as novas forma de ser e estar na viagem, aí incluídas as formas de roteirizar

Para o presente artigo, iniciou-se utilizando a expressão *roteiro temático*, comum quando se “dá um Google” com o termo. Do ponto de vista conceitual, consagrado na literatura especializada, a expressão *roteiro turístico temático* está em Bahl (2004), para quem haveria uma “gama de criação de roteiros e programações turísticas, baseando-se na criatividade para a proposição de novos produtos” (p. 52). Tem-se, então, a criatividade como primeiro ponto; a proposição de novos produtos, como objetivo; e a comercialização como fim. O autor acrescenta, ainda, que “roteiros que possibilitem uma exposição temática ampla e baseada em conteúdos culturais-naturais despertam o interesse das pessoas e preenchem suas necessidades de evasão e deslocamento, motivando-as a viajar” (*IDEM, IBIDEM*).

⁴ “Conceito cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947) para designar as indústrias da diversão e difusão de bens simbólico-culturais, em geral, veiculados por rádio, televisão, jornais, revistas, cinema etc. E esse macro setor que assegura a produção, a programação e a distribuição dos produtos e serviços que respondem as necessidades de consumo cultural, também criando novas demandas” (BRITTOS E MIGUEL, 2010)



Com vistas a isso, Bahl propõe que sejam incluídos nos roteiros aspectos históricos, geográficos, sociais, urbanísticos, culturais, religiosos, folclóricos, etc. Surge, então, o questionamento: seria isso, de fato, uma tematização, ou apenas elementos locais inseridos no contexto do Roteiro? Onde estaria, se é que os há, divisores de águas entre o que é tematização para roteiros e a mera contextualização de peculiaridades locais dos mesmos? A motivação, como linha de pesquisa situada na Psicologia apresenta-se ampla demais para ser analisada aqui, mas se poderia dizer que a tematização, seja lá como venha a ser entendida, seria fator motivacional e geraria desejo de viagem.

Conforme o exposto, a dimensão temática dos roteiros turísticos é abordada principalmente pelo viés econômico, como agregado de valor para maior atratividade à compra (BAHL, 2004a). Ideia reforçada pelo Ministério do Turismo (2006, p. 23), ao afirmar que “tematizar é importante para fins de **planejamento e organização de um produto** de acordo com a **identidade** que se quer dar ao atrativo, ao lugar ou região” [grifo nosso]. Exemplo dessa posição seriam os roteiros ofertados, por exemplo, em Caxias do Sul/RS⁵, em “uma região turística cuja produção cultural é plural e diversificada pode[endo] criar múltiplos roteiros com temas gerais ou específicos” (MTur 2006, p. 23). Percebe-se que a tematização está relacionada ao imaginário do local, associado à italianidade, tendo a marca-lo a presença do cultivo da videira e a produção do vinho. Inventam-se e se reinventam imaginários, apropriados para a criação de temas para o Turismo. Dessa forma, a indicar que tematização e imaginário são conceitos que caminham em sintonia. Analisa-se a seguir, o primeiro para, a seguir, aprofundar o segundo.

2 TEMATIZAÇÃO

Por muito tempo, falar em imaginário significou percorrer o não real, o não verdadeiro. Maffesoli está entre os que alteram essa lógica, afirmando que os imaginários são reais. No que se refere ao Turismo, Gastal (2005) contextualiza o imaginário como sentimentos construídos em relação a locais, objetos e mesmo pessoas. Sentimentos estes que, “alimentados por amplas e diversificadas redes de informação, as levarão [as pessoas] a achar um local ‘romântico’, outro ‘perigoso’, outro ‘bonito’, outro ‘civilizado’” (GASTAL, 2005, p. 13).

⁵ *La Città*; Caminhos da Colônia: A gastronomia Italiana; Estrada do Imigrante; Ana Rech: Um encanto de vila; Criúva: Eco-Aventura Gaúcha; e, Vale-Trentino: a História do Vinho.



A construção de tematizações para o Turismo parte, então, de tais *sentimentos*, que podem alimentar roteirizações como o caso da Rota Romântica, na Serra Gaúcha, construída a partir de um imaginário de romantismo rural e bucólico, associada à certa germanidade presente no território. O passado a alimentar essa construção de sentido foi a Idade Média alemã, “daí a rota alemã homônima e inspiradora ser denominada de Rota Romântica, pela constante presença da arquitetura medieval” (HASS 2007, p.117). Para Hass, “o romantismo não está propriamente no lugar, mas no olhar – romântico – de quem olha” (IDEM, p. 155). Portanto, pode-se afirmar que a Rota Romântica construiu-se não apenas pelo território em si, mas revelou e destacou nele elementos que auxiliassem na construção de “uma atmosfera, uma idéia que, no caso específico levaria a construção e partilha de uma aura mágica que teria, na sua fase de implementação, como balizador dos caminhos de Plátano e a sua folha como símbolo do projeto e do roteiro” (HASS, 2007, p. 156). Essa compreensão de tematização, no entanto, seria fundamentalmente posmoderna, por nesse caso supor a atualização e reinvenção de um imaginário. Diferente da modernidade, que já utilizava a tematização desde as iniciativas de Cook, o acréscimo apresentado pelo Posturismo está na expansão dos limites dessa prática, conforme será apresentado adiante.

O eixo central e balizador para compreensão da tematização como processo moderno e posmoderno encontra-se em no debate epistemológico sobre imaginário, travado entre Silva (2003) e Maffesoli (2001). O sociólogo francês nega o imaginário como construção individual, pois, segundo ele, o que é dito como tal, na realidade seria reflexo do campo sexual, musical, esportivo e outros imaginários coletivos. Como construção coletiva, o imaginário social dar-se-ia pela aceitação do modelo do outro, pela disseminação da igualdade pela diferença e pela imitação, ou seja, a distinção do todo por difusão de uma parte (SILVA, 2003). O autor, porém, propõe haver, além do imaginário social, assimilado por contágio, um imaginário individual, produto de uma construção pessoal. Este seria identificado pelo reconhecimento do si no outro; apropriado pelo desejo de ter o outro em si; e distorcido pela re-elaboração do outro para si. “Através do imaginário o indivíduo torna-se o desejo do desejo do outro e deseja-se a si mesmo como objeto reconhecido de desejo” (SILVA, 2003, p. 14).

Pode-se dizer, então, que na modernidade a tematização tendia a ser movida pelo imaginário social. Sob a premissa de instalação por contágio, remete à roteirização de mercado, buscada por turistas que se deixam levar por modismos e por estereótipos, consumindo produtos padronizados pelo e para o mercado. A posmodernidade, ao trazer um novo olhar orientado não pelo recorte, mas para o recorte, abre espaço para imaginários construídos com maior



subjetividade. Retomando, então, o caso da Rota Romântica, busca-se na contribuição de Maffesoli, que, a partir de Walter Benjamin, vê no conceito de aura aportes para a compreensão do imaginário. Segundo ele, apesar de não visível, a aura é perceptível. É por meio da metáfora que Maffesoli contextualiza seu pensamento ao considerar o imaginário como aura, como algo que envolve e ultrapassa a obra da existência. Portanto, o imaginário seria a aura em constante atualização pelo social.

A presença da tematização nos Roteiros Turísticos, sugerida nos recortes de uma realidade às vezes imaginal, justificaria o poder de atração que algumas localidades turísticas apresentam, pois as representações se aproximariam mais dos signos idealizados para atender expectativas dos visitantes.

O mesmo se aplica aos parques temáticos como a Disneylândia, modelo do posturismo, embora a presença das tecnologias alterem o sentido da tematização. Neles a marca posmoderna talvez esteja na “capacidade tecnológica de criar novos temas que parecem mais reais do que os originais” (URRY, 1996, p. 196). A tecnologia, principalmente as tecnologias da informação, conforme será visto no capítulo a seguir, possibilitou o intercâmbio de signos, permitindo a construção de um pastiche de tema. Voltando ao exemplo da Rota Romântica e, nela a cidade de Gramado, e o imaginário de germanidade ali embutido,

[...] muitos dizem em nome de uma suposta autenticidade que ‘na Alemanha não é assim’, que Gramado não é a Alemanha. E de fato não é, quem olhar do ponto de vista do imaginário poderá responder: não faz diferença porque não estamos falando da realidade concreta, mas da realidade dos imaginários. E o compromisso dos imaginários, repetimos, é com as necessidades que estão no coração de cada turista, e é a isso que devemos procurar atender, não apenas ao seu possível conhecimento de história e geografia (GASTAL, 2005, p. 87-8).

Podes inferir, a partir dessa colocação, que o olhar do Turista seria distinto, por partir de uma experiência contemporânea em que a significação é cada vez mais figurativa e visual, cujo relacionamento entre a representação e a realidade é mais próximo e íntimo. (URRY, 1996). A tematização, portanto, vale-se de imaginários para conduzir o olhar do turista. No âmbito dos roteiros, tem-se o modelo do produto pré formatado, que segue tematizações criadas por agentes de mercado. O novo modelo de roteiro emerge do próprio sujeito, que cria suas representações simbólicas e imaginais a partir da empatia com o outro se desejando no lugar do outro. Ainda que esses imaginários sejam produto de pastiche.

3 O IMAGINÁRIO

Segundo Silva (2003, p. 7), “o homem só existe na realidade imaginal [...] o ser humano é movido pelos imaginários que engendra. O homem só existe no imaginário Para compreender o Imaginário, o sociólogo percorre conceitos propostos por Lacan, Gaston Bachelard e Maffesoli. O primeiro situa o conceito de imaginário na fronteira da filosofia e da psicanálise, entende-o, então, como anterior ao simbólico, tipo de nutriente primitivo responsável por um reservatório arcaico de imagens anteriores à cultura. O segundo, Bachelard, pensa o Imaginário como grande metáfora de encontro entre natureza e homem. Nesse sentido, o Imaginário seria uma figura de estilo que traduz imagetivamente o universo difuso do pensamento humano fora dos estreitos limites da razão. Por fim, o terceiro, Maffesoli, situa o Imaginário no campo semântico. Para o sociólogo francês, o imaginário seria uma força, um catalisador, uma energia e, simultaneamente, um patrimônio de um grupo (tribal), uma fonte comum de sensações, de lembranças, de afetos e de estilos de vida. Portanto, seria o estado de espírito transfigurador que caracteriza a errância de um povo. É o que move as multidões.

Retornando a Silva, ele afirma que Maffesoli calcou-se em Gilbert Durant, quem, a partir da noção de TRAJETO ANTROPOLÓGICO, ou seja, a incessante troca existente no nível do imaginário, entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas emanando do meio cósmico e social, introduz um novo modo de olhar o cotidiano. Considerando o imaginário como fonte racional e não-racional de impulsos para ação, também como consequência, represa de sentidos, de emoções, de vestígios, de sentimentos, de afetos, de imagens, de símbolos e de valores, Silva conceitua imaginário como sendo “a bacia semântica (representamento e sentido) que orienta o ‘trajeto antropológico’ (direção e conhecimento do homem) de cada um na ‘errância’ existencial [...]. O imaginário estrutura-se na errância, assimilação, apropriação, distorção e acaso” (SILVA, 2003, p. 14).

4 A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIAGEM

A partir do exposto busca-se aqui a idéia de Sociedade do Espetáculo que Silva (2003) retoma a partir de Debord e Maffesoli. Para Debord, o espetáculo não seria um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoa, mediada por imagens, daí o espetáculo matar a ação e substituir o ator pelo espectador, dando ênfase à contemplação A espetacularização do vivido, dentro do contexto aqui proposto, ganha espaço hoje com os blogs, espaço virtual, inicialmente criado sob a proposta de funcionarem como diários – e como tal, bastante



utilizados por adolescentes -, mas hoje, apropriados por adultos de todas as idades. O blog “implica a participação ativa do ‘usuário’, que deixaria de ser apenas usuário para tornar-se partícipe” (DEMO, 2008, p. 8), revelando tanto a característica da interatividade no contexto das Tecnologias da Informação, como também alimentando a relação dialógica entre “ator e expectador”. Essa ferramenta é, antes de tudo, uma forma de chamar a atenção do mundo para si. Mas o blog excita uma relação de autoria crítica e autocrítica em função dessa interatividade, que proporciona entre blogueiros e leitores, ambos usuários, ambos partícipes (DEMO, 2008).

Existem blogs especializados em viagens e turismo, mas para o contexto do vivido com tendência ao espetáculo, o que de fato importa para este estudo são os blogs pessoais que narram viagens e, como consequência dessas narrativas, as roterizam. Na prática, esse exibicionismo, não no sentido pejorativo que o termo possa remeter, incita imaginários e traz, por meio da Tecnologia, possibilidades de interação. Traz-se aqui como exemplo o blog do jornalista e apresentador Zeca Camargo. Na condição de blogueiro, Zeca cativa os leitores, interage com eles e com os campos imaginais que podem permear a mente e as emoções de seus “seguidores”. O blogueiro possui uma “coluna” no blog sob o título “onde estou?”, na qual interage com seus leitores por meio de breves descrições dos lugares em que se encontra e com fotografias ali tiradas. Lança a pergunta e, no *post* seguinte, traz a resposta.

Retomando Silva (2003) e sua teorização acerca das Tecnologias do Imaginário é importante ressaltar, que o Imaginário sobre as viagens pode ser excitado também por tecnologias mais “rústicas”, ou menos tecnológicas, como, por exemplo, por meio de *folders*, ainda que menos comum hoje em dia. Um exemplo poderia estar na narrativa de De Botton (2003), ao escrever que “os responsáveis pelo folheto tinham tido a sinistra intuição de como transformar os leitores em presas fáceis por meio de fotografias cujo poder insultava a inteligência e desrespeitava toda e qualquer noção de livre arbítrio: fotos super-expostas de palmeiras, céus azuis e praias brancas” (DE BUTTON, 2003, p. 16).

Fica marcado no discurso de De Botton (2003), o controle, a sedução e a persuasão que a tecnologia, seja por meio de fotos, seja por meio de relatos, pode exercer sobre os Sujeitos. O entendimento de Tecnologia associada à idéia de controle é baseada no desenvolvimento técnico (SILVA, 2003). A técnica era entendida, conforme aponta o autor, como modo de desvelamento, um fazer vir, uma provocação, uma sujeição, um sujeitamento à razão tecnológica. Haveria a ilusão de que a técnica seria neutra, no entanto, a técnica tenderia a escapar do controle do homem para controlá-lo, um bom exemplo poderia ser a multiplicação



das câmeras para controlar os perigos vindos de fora, que terminam por controlar todas as práticas internas (SILVA, 2003)

Considerando as tecnologias disseminadoras de crenças, verdade, e que controlam, apresenta-se o pressuposto fundamental para este estudo, para o entendimento que se busca aqui sobre a interação Sujeito-Sociedade-Tecnologia e desejo de viagem, as Tecnologias do Imaginário, resguardando, porém, que as demais não deixam de existir. Segundo Silva (2003, p. 20-1) as tecnologias do imaginário seriam

[...] dispositivos (Foucault) de intervenção, formatação, interferência e construção das ‘bacias semânticas’ que determinaram a complexidade (Morin) dos ‘trajetos antropológicos’ de indivíduos ou grupos. Assim, as tecnologias do imaginário estabelecem ‘laço social’ (Maffesoli) e impõem-se como o principal mecanismo de produção simbólica da ‘sociedade do espetáculo’ (Debord) (SILVA, 2003, p. 20-1).

Na sociedade do espetáculo, onde tudo é mediado por tecnologias de contato, por instrumentos de aproximação massiva, as Tecnologias do Imaginário buscam mais do que informação, trabalham pela povoação do universo mental como sendo um território de sensações fundamentais (SILVA, 2003). O mundo pós-moderno forjaria tecnologias do afeto e dominaria os sujeitos pela adesão, pelo consentimento, numa espécie de contrato, revogável a qualquer momento, de assimilação consentida de valores e práticas sociais efêmeras. O preço da adesão seria o prazer imediato (SILVA, 2003). A lógica do *surfing* exemplifica o que é defendido pelo autor.

5 REFLEXÕES PÓS-LIMINARES

Frente ao exposto, ressalta-se aqui a posição de sedução que as Tecnologias do Imaginário assumem, ao contrário das demais que se baseavam na manipulação ou na persuasão. Silva (2003) apresenta as distinções entre cada uma dessas posições. A manipulação operaria numa ausência do discurso, na sonegação da mensagem, no intervalo das palavras e das imagens. As tecnologias que operam por meio da manipulação consideram os destinatários como um receptáculo inerte, passivo por excesso de atividade gerada no exterior, esse receptor sofreria o que o autor chama de lobotomia do controle remoto. A persuasão, ao contrário da manipulação, caracteriza-se pela acumulação de signos. As tecnologias que se utilizam da persuasão simulam um receptor ativo para neutralizá-lo, convencendo-o que ele deseja o desejo do outro. Por fim, a sedução. Esta se difere das outras porque estaria baseada no



princípio da adesão do destinatário. Necessita sempre de um interlocutor, real, capaz, idealmente, de recusar-se ao jogo. Seria melhor que a persuasão e a manipulação porque não se baseia na simulação, mas na transparência do jogo, no entanto, revela-se pior que elas por remeter à paixão, porque, vencida a resistência do outro, tudo se converte em avalanche, torrente, devastação. A manipulação e a persuasão usam a razão como arma contra os seus alvos enquanto que a sedução desliga-se da razão para afundar cada indivíduo nas ondas da interatividade lúdico/emocional. A sedução seria, então, marginal por natureza, baseia-se numa contra-ordem estética, não-racional, passional, violeta, bárbara, literária, irredutível ao utilitário.

Calcadas na sedução, as tecnologias do imaginário seriam cinzéis que modelam a matéria simbólica nas bacias semânticas de cada um, irrigando trajetos antropológicos e adubando as várzeas dissipativas do aluvião individual ou grupal (SILVA, 2003). Seriam ainda dispositivos de cristalização de um patrimônio afetivo, imagético, simbólico, individual ou grupal, mobilizador desses indivíduos ou grupos. Seriam magmas estimuladores das ações e produtores de sentido; dão significado e impulso, a partir do não-racional, a práticas que se apresentam também racionalmente (SILVA, 2003). Em síntese, entendendo imaginário como força, e a tecnologia como catalisador, chega-se a concepção de tecnologias do imaginário em sua acepção mais simples, ainda que não signifique simplicadora: força catalizadora (SILVA, 2003).

Portanto, tem-se, por um lado, as tecnologias de controle que, assim como as tecnologias da crença atuam como mecanismos de controle; têm-se, ainda, as Tecnologias da Inteligência como instrumentos da “crítica da crítica” e de emancipação. Ambas, servem ao convencimento e inserem-se, na visão de Silva (2003), na linhagem do Iluminismo. Por outro lado, há nas tecnologias da crença uma suspeita de irracionalidade e o Sujeito torna-se objeto e contemplativo; já nas tecnologias do espírito/mente, há a certeza de manipulação e o Sujeito assume o papel de controlado ou de controlador; e as Tecnologias da Inteligência dão a impressão de ruptura, de acerto de contas com os dispositivos receptivos, operacionais, gestores e dramáticos e o homem volta a ser Sujeito Absoluto.

Assim, o imaginário revela-se ambivalente, é reservatório e fermento, semente e motor, ser germinado e germinador, formado e formante, matéria e forma. No imaginário há uma autonomia dispersiva, aglutinação por coagênese, moldagens disjuntivas, apropriações inusitadas e elaborações estilísticas. O Imaginário é um estilo, uma impressão digital do indivíduo ou do grupo na cultura; surge da relação entre memória, aprendizado, história



pessoal e inserção no mundo dos outros. Enfim, o Imaginário é menos redutor que a ideologia, mais aberto que a crença e menos completo que a cultura, na qual se insere e a qual alimenta. Mesmo que estimulado pela Tecnologia, o Imaginário guarda uma margem de independência total, de mistério, de irredutibilidade, de fictício, de inútil e não se reduz ao controle absoluto do agente tecnológico emissor (SILVA, 2003).

Pode-se perceber, a partir do exposto, que os Sujeitos, cujas sensibilidades navegam pelo século XXI, já não se deixam enganar por imagens ou estereótipos, já não são se deixam manipular ou serem persuadidos, mas estão abertos à sedução, querem ser convencidos e, aderindo e consistindo à dominação, não mais como Sujeitos manipulados, mas como sujeitos conscientes da adesão, podendo revogar o contrato quando lhes prover, quando não mais fornecerem o prazer ao qual estão buscando.

O retorno à consciência, que abre espaço à interação, abre espaço à Sujeitos Turísticos pós-modernos que já não buscam por temas formatados, eles mesmos, frente às possibilidades que a Tecnologia lhes oferece elaboram seus Roteiros cujos atrativos estão relacionados em função de seus próprios imaginários. Isso não nega a presença do Roteiro Turístico Temático oferecido pelas agências, mas abre espaço à demanda de profissionais que conheçam essa nova realidade e estejam preparados à lidar com situações em que o “turista” quer apenas que o “operador” efetive a “compra” do Roteiro.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Bauru: Edusc, 2003

BRASIL, Ministério do Turismo. **Roteirização Turística** – Módulo Operacional 7. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Brasília, 2005.

BRITTOS E MIGUEL. Industria Cultural. In INTERCOM, Enciclopédia Intercom de Comunicação, 2010

DE BOTTON, Alain. **A arte de viajar**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

DEMO, Pedro. Habilidades do Século XXI. In: **B. Téc. Senac**: a R. Educ. Prof., Rio de Janeiro, v. 34, n.2, maio/ago. 2008.

DOUGLASS, William A et al. “The tradition of invention: Conceiving Las Vegas”. **Annal of Tourism Research**. V 31, N.1, 2004.



GASTAL, Susana. **Imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

MAFFESOLI, Michael. **Sobre o nomadismo**: vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MOLINA, Sérgio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. São Paulo: Sulina, 2003. 111 p.

URRY, J. Turismo, Cultura e Desigualdade Social. In.: **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. Tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura – São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996. (Coleção Megalópolis).

WHITE, N.R et al. “Travel as transition: Identity and place”. **Annal of Tourism Research**. V 31, N.1, 2004.