

Reflexões sobre cultura turística em tempos de revolução digital a partir de contextualizações sobre Salvador-BA

Reflections on **tourism culture** in times of **digital revolution** from contextualizations on Salvador-BA

MOABE COSTA * [moabebreno@hotmail.com]

Resumo | O artigo considera a turistificação como processo de (re)configuração de espaços e ações, dotado de contradições sociais, que imputam prazeres e angústias ao turista, estabelecendo fluxos contínuos de visitas e ressignificações de objetos urbanos. Assim, propõe-se uma reflexão sobre o turismo nessa era de cibercultura, considerando como a consciência de modernidade está manifesta nas relações entre governo, empresários, residentes e visitantes. Para contextualizar a abordagem, utilizou-se da observação participativa em equipamentos ressignificados no município de Salvador-BA, a partir do ano de 2013, além de dados institucionais, do webjornalismo e de declarações de turistas e residentes na internet. Desenvolve-se uma concepção de cultura turística como um processo virtual, já que em meio a problemáticas sociais, o destino constitui-se como ambiente ideal para o princípio do prazer, misturando fantasias e realidades que possibilitam ao turista experiências singulares, mas nunca saciáveis. Observa-se tal cultura como uma dinâmica específica no centro receptivo, cuja compreensão é imprescindível para elaboração do planejamento urbano.

Palavras-chave | Cibercultura, turistificação, princípio do prazer, processos de ressignificação, cultura turística

Abstract | The article considers tourism as a process of (re) configuration of spaces and actions, endowed with social contradictions, which impute pleasures and anguishes to the tourist, establishing continuous flows of visits and re-significances of urban objects. Thus, it is proposed a reflection on tourism in this era of cyberculture, considering how the consciousness of modernity is manifested in the relations between government, businessmen, residents and visitors. To contextualize the approach, we used participatory observation in re-signified equipment in the city of Salvador-Bahia, starting in 2013, in addition to institutional date, to webjournalism and declarations of tourists and residents on the Internet. A conception of tourism culture is developed as a virtual process, since in the midst of social problems, destiny constitutes the ideal environment for the pleasure principle, mixing fantasies and realities that allow tourists to experience singular but never satiating experiences. Such culture is observed as a specific dynamic in the receptive center, whose understanding is essential for the elaboration of urban planning.

* **Jornalista, doutorando** em Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Keywords | Cyberculture, touristification, pleasure principle, resignification processes, tourism culture

1. Introdução

Para MacCannell (2003), o turismo deve ser analisado enquanto cultura, especificando fatores que dinamizam e particularizam centros receptivos e suscitam suas semioses. E considerando, com Jenkins (2009), o atual momento de convergências propostos pela revolução digital, torna-se impossível cogitar sobre turismo sem levar em conta o desenvolvimento tecnológico e suas implicações no comportamento e pensamento popular. Assim, propõe-se neste artigo uma reflexão sobre a cultura turística contemporânea, tendo como objeto o município de Salvador, capital da Bahia.

O debate integra a tese de doutoramento, em curso, que compreende o estudo da memória coletiva sobre a cidade turística a partir de interações no ciberespaço da internet. Assim, destaca-se também que esta abordagem corresponde à formulação de pré-saberes sobre o turismo contemporâneo, importante para a elaboração da metodologia de pesquisa da tese. Afinal, considera-se, com base em Japiassu (1991) e Moesch (2000), que a produção científica deriva-se de uma convergência de saberes.

Para a elaboração deste construto, utilizou-se da observação participativa, em agosto de 2016, em espaços onde foram realizados processos de turistificação em Salvador a partir de 2013 (bairros da Barra e do Rio Vermelho, Mercado do Peixe, Ceasinha do Rio Vermelho e Arena Fonte Nova). Reitere-se com Martins (1994), que a observação participativa oferece pressupostos para o desenvolvimento de convalidações científicas, por permitir a identificação *in locu* de dinâmicas e contradições do objeto e o subsequente confronto com teorias.

Ressalta-se que o fato de ter atuado como jornalista no município e ser usuário dos referidos equipamentos permitiu abordagens mais contun-

dententes. No entanto, valem-se de dados institucionais e do webjornalismo, além de declarações de residentes e turistas em processos interativos na internet, coletados durante o mês de outubro de 2016, para ampliar a contextualização e ilustrar percepções e proposições teóricas.

Com base em Foucault (2007, 2014), entende-se que estes enunciados possuem materialidade própria, compreendendo um conjunto de signos estruturados na forma discursiva, a partir de perspectivas organizacionais. Tais narrativas propõem sentidos sociais, correspondendo a representações da cultura, colaborando para convalidações teóricas. Afinal, são dotadas de semioses que permitem apreensões e compreensões sobre modos de vida, refletindo temporalidades e localizações.

Apresenta-se, portanto, um esforço em confrontar a dinâmica turística a aspectos como produção e disseminação de imaginários, desenvolvimento tecnológico, prazeres e angústias de visitantes e processos de resignificação de lugares. Para melhor explanação da ideia, dividiu-se o artigo em dois tópicos. No primeiro – Dinâmica turística e cibercultura –, desenvolve-se uma apreensão sobre cultura turística, evidenciando-a enquanto processos de virtualização. Abre-se um debate sobre prazeres e angústias do visitante, considerando intervenções de resignificação e contrastes socioeconômicos do lugar.

No tópico seguinte – Tecnologia, resignificação e suas implicações na cultura turística –, a problematização prossegue com ênfase na relação entre desenvolvimento tecnológico e conflitos ideológicos, ressaltando implicações da turistificação na dinâmica da capital baiana. Atenta-se para o discurso do novo e suas apropriações pelos governos e perspectivas de residentes.

Conforme expõe Eagleton (2005), o significado do termo cultura propõe inicialmente um processo

material para posteriormente adquirir conotações intrincadas à subjetividade. A própria raiz latina da palavra – *colere* – produz o sentido de cultivar ou habitar (*colonus*) e de adorar (*cultus*), indicando uma complexidade na apreensão do vocábulo. Para o autor, as metáforas associadas à palavra cultura são construídas a partir da evolução histórica das formas de produção e das mudanças no comportamento humano.

Cultura compreende aspectos do pensamento, cognições, sensações, comportamentos, tecnologias, memórias, entre outros fatores que indicam identidades sociais. Evidenciam-se pluralidades, cujos aspectos dinamizam-se à medida que se estabelecem trocas materiais e simbólicas, fomentando sociedades globais com culturas mundializadas. Para Ortiz (1994), culturas mundializadas correspondem a organizações sociais que convivem com mudanças em sua ordem estrutural.

Tais transformações, ao mesmo tempo, são motivadas pelo desenvolvimento tecnológico e o fomentam. Afinal, segundo Leroi-Gourhan (1984), tecnologia corresponde à criação de técnicas de ação e produção humanas, a partir de conhecimentos científicos ou não para especificar modos e mecanismos operacionais de maneiras reproduzíveis. São processos de construção da vida, que cooperam para a edificação de estruturas sociais (organizações, comunidades, cidades), em toda a sua complexidade, e contribuem para desencadeamentos de práticas culturais.

A apropriação da cibernética, a ciência de controle e processamento de informações (Dechert, 1970), por governos e empresas proporcionou, a partir de meados do século passado, o surgimento da Revolução Digital. Para Castells (1999), este movimento constitui a Sociedade da Informação, e tem transformado a produção em mecanismos de um novo paradigma tecnológico, caracterizando a cultura contemporânea: a cibercultura.

Trata-se de formas de produção baseadas na

realidade sócio-técnica, a partir da velocidade da informação. Há um redimensionamento das esferas da vida, desde as realizações mais banais do cotidiano até as mais complexas relações políticas. Potencializam-se trocas materiais e simbólicas que ampliam movimentos de mundialização e metamorfoses identitárias, com suas complexidades e contradições. Krippendorff (1998) e MacCannell (2003) enfatizam que tudo isso sugere apreensões sobre o turismo.

No contexto de Salvador, verificam-se contínuas reconfigurações e ressignificações de lugares, cujo planejamento volta-se para interações turísticas com perspectivas desenvolvimentistas, às vezes, a contrassenso da população. Tal como propõem Issa e Dencker (2006), estas estruturações caracterizam processos de turistificação, que por sua vez apontam para uma dinâmica social específica dotada de buscas subjetivas, indicando uma cultura turística. Nela, governos e *trade* instituem normas, espaços e valores; grupos de residentes buscam alternativas para lucrarem, sobrepondo-se ao sistema, enquanto outros manifestam insatisfações; turistas buscam por prazeres que talvez não experimentem em seus cotidianos.

Neste cenário, estão inusitadas relações institucionais e sociais. Por isso, reitera-se que a cultura turística caracteriza-se como um sistema produtivo, o que está problematizado a seguir, propondo diálogos entre autores clássicos e contemporâneos que se dedicam a relação entre tecnologia, cultura, sociedade e governo, associados a pesquisadores em turismo.

2. Dinâmica turística e cibercultura

Em meio à alegria e lamento, o município de Salvador, capital da Bahia, mantém-se entre os destinos mais visitados do Brasil. Canções, filmes, campanhas institucionais, narrativas jorna-

¹Informações disponíveis em sites como Salvador Turismo, Viva Salvador e Tripadvisor.

lísticas¹ difundem um imaginário da alegria e da festividade, que associado à diversidade cultural e riqueza arquitetônica local, torna-se importante elemento de atração de visitantes. Por outro lado, manifestações de internautas no *Tripadvisor*, descrevem conflitos socioeconômicos do destino.

Entre as problemáticas narradas, estão abordagens especulativas a turistas por parte de comerciantes, vendedores ambulantes, guardadores de carros, cidadãos em situação de rua e até por residentes fantasiados de personagens folclóricas. Estas notificações também estão propagadas em sites de jornalismo especializado como o Diário do Turismo e Turismo Receptivo. Além de descreverem contrastes sociais, precariedade na estrutura urbana e mobilidade reduzida, apontam para elevados valores cobrados pelos serviços.

Embora haja uma difusão de informações contrastantes entre si sobre o destino, dados disponíveis no Observatório do Turismo da Bahia mostram que não houve nos últimos anos redução do fluxo turístico. Ao contrário. Segundo pesquisa contratada pela Empresa Salvador Turismo (Saltur) à Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (FIPE), entre os anos de 2008 e 2014, o fluxo turístico do município teve um crescimento considerável, passando de nove milhões de visitas ao ano para mais de 14 milhões.

Associando narrativas jornalísticas e de internautas a processos de turistificação em Salvador (descritos a seguir), pode-se inferir que a busca de residentes e visitantes por promoção e experimentação de novidades, respectivamente, é aspecto que particulariza o turismo, misturando desejos, prazeres, anseios e angústias às dinâmicas e contradições socioeconômicas do lugar. Ainda, considerando que a prática turística em Salvador está associada a encantamento e descontração, sugere-se reflexões sobre lazer e entretenimento, que para Bauman (1999), correspondem a valores da atualidade por proporem continuamente novas produções e experimentações culturais.

Observa-se que o turismo estabelece uma dinâ-

mica própria, na qual se percebem inquietudes humanas dotadas de ambivalências, apontando para uma cultura específica do lugar. Nela, estão contidos complexidades e conflitos que se misturam às experimentações e consumo do espaço e de seus artefatos, atribuindo-lhes valores sociais, exigindo continuamente atualizações pautadas por uma consciência de modernidade.

(...) o ato de realizar uma visita turística é uma espécie de participação nas aparências sociais, que ajuda a uma pessoa a construir totalidades a partir de suas experiências díspares. (...) só o sistema de atrações naturais, culturais e tecnológicas refletem as diferenciações da sociedade e a consciência moderna. (MacCannell, 2003, p. 21-22) [Tradução da pesquisa]

Mas qual a consciência de modernidade? O que propõe a cibercultura ao turismo? Com base em Levy (1996, 1999) e Castells (1991), reitera-se que a cibercultura propõe uma integração entre mentes e máquinas, consituindo um movimento social no qual o ser humano torna-se capaz de criar sua própria ambiência e de interagir com os mais longínquos espaços do planeta em processos de virtualização.

Com certeza, os contextos culturais/institucionais e a ação social intencional interagem de forma decisiva com o novo sistema tecnológico, mas esse sistema tem sua própria lógica embutida, caracterizada pela capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informação, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido em uma rede de recuperação e distribuição potencialmente ubíqua. (Castells, 1999, p. 51)

A cibercultura representa um movimento de criação e de transformação do social. Uma forma de cultura que resulta da aplicabilidade científica sobre o desenvolvimento da técnica, fomentando uma revolução operacional e comportamental, baseada na codificação da informação proposta pela Revolução Digital. Nessa conjuntura, o ser humano entra em processos de reconfiguração, ressignificação, reconstrução das esferas sociais para adaptá-las ao presente, ao agora, ao instantâneo, desenvolvendo dispositivos para reescrever digitalmente a vida quase em sua totalidade de aspectos.

Disso resultam novas formas comunicativas, interativas, potencialização de operações comerciais, processos de monitoramento e também proliferação de conflitos de toda ordem. Há um maior fluxo de informações e maior conexão entre setores da economia e entre culturas que se estabelecem a partir do processo de virtualização.

Como discutido anteriormente (Costa, 2006), a virtualização corresponde a contínuas transformações das coisas, das ações e da cultura, estando, assim, sempre em um campo problemático. “Aquilo que existe apenas em potência e não em ato, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma atualização. O virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal” (Levy, 1996, p. 49). Embora não se dedique especificamente ao estudo do turismo, Levy o considera como a mais virtual de todas as atividades socioeconômicas por entrelaçar vários setores.

O principal setor mundial em volume de negócios, lembremos é o turismo. Viagens, hotéis, restaurantes. A humanidade jamais dedicou tantos recursos a não estar presente, a comer, a dormir, viver fora de sua casa, a se afastar do seu domicílio. Se acrescentarmos ao volume dos negócios do turismo propriamente dito o das indústrias que fabricam veículos e infraes-

truturas (estradas, aeroportos...), chegaremos acerca da atividade mundial a serviço do transporte. O comércio e a distribuição por sua vez fazem viajar signos e coisas. Os meios de comunicação eletrônicos e digitais não substituem o transporte físico, muito pelo contrário, comunicação e transporte, como já sublinhados, fazem parte da mesma onda de virtualização geral. (Levy, 1996, p. 51)

Pensar o turismo na contemporaneidade implica em abordagens sobre trocas econômicas, sociais e informacionais que se estabelecem por processos virtuais e sugerem novas acepções sobre aspectos cognitivos, afetivos, interativos e mesmo constituição de memórias coletivas. Assim propõem que a cultura turística reveste-se de virtualidades, gerando cidadãos ao mesmo tempo globalizados e individualizados; cada vez mais descentrados, como observa Hall (2003).

Nessa ambiência, o turismo assume papel singular por sacralizar e materializar experiências imediatistas e dotadas de dualidades, nas quais o cidadão parece estar condicionado à busca incessante pelo prazer. Conforme observado na dinâmica metropolitana e por narrativas jornalísticas, a capital baiana oferece continuamente diversas formas de prazer, que se evidenciam em meio às problemáticas sociais. Nota-se uma relação simbiótica entre prazeres e angústias contida em processos de produções e experimentações, que geram especificidades sociais dotadas de contradições e inovações, reiterando o caráter virtual da cultura turística.

Por exemplo, a Prefeitura do Salvador reinaugurou, em abril de 2016, o Mercado do Peixe, no Bairro do Rio Vermelho. Conforme publicado na imprensa², a proposta da gestão foi ressignificar o local para atender à demanda turística. Nesse processo de turistificação, os restaurantes dos pequenos empresários, que tradicionalmente ofereciam

²Informações do site Correio da Bahia.

culinária regional, foram substituídos por grandes empresas do ramo, comercializando a culinária de diversas etnias. Os antigos permissionários foram descolados para outro equipamento público, mais distante dos espaços institucionalizados como turísticos.

Em visitas ao equipamento, pode-se constatar uma nova dinâmica. O mercado perdeu o aspecto popularesco e deixou de ser ponto de encontro diário para residentes que trabalham em suas proximidades e para aqueles que, nos finais de semana, queriam degustar pratos típicos. Agora é ambiente sofisticado, voltado para a dinâmica turística e para autóctones com maior poder aquisitivo. Antes da reforma, permissionários, ambulantes, pedintes, guardadores de carros mantiam uma organização que delimitavam cooperações e formas de abordagens aos clientes. Após a turistificação, observa-se uma clara segregação social e ampliação de problemáticas no entorno do local, como as descritas por usuários do *Tripadvisor* e pelos sites especializados.

O Novo Mercado do Peixe reproduz conflitos socioeconômicos que pervadem processos de turistificação em centros urbanos. Ao mesmo tempo em que proporciona encantamento, perpetua complexidades do lugar, promovendo aos usuários prazeres e angústias da contemporaneidade, gerando um ciclo de incogruências. As problemáticas reduzem a área de encantamento, sucumbindo possibilidades de prazeres do turista, que nunca estará saciável, por isso tende a retornar ao destino. Tal perspectiva pode ajudar na compreensão sobre o alto fluxo turístico em Salvador.

Como explica Freud, todo prazer é sempre menor que o esperado, já que o cidadão tende a criar uma expectativa maior do que a experiência pode propor e, assim, desenvolve uma propensão à repetição. “Existe realmente na mente uma compulsão à repetição que sobrepuja o princípio do prazer” (Freud, 2003, p. 33). Bauman (1999) chama atenção para estas relações duais que se processam na produção e prática do turismo, ao contex-

tualizar o vagabundo como o alter ego do turista e vice-versa. Reitera-se que aspectos da economia, conflitos sociais, estruturas e desestruturas urbanas e demais fatores observados no entorno do Mercado do Peixe após sua reforma, convergem-se nessa relação entre turista e vagabundo e tornam compulsiva a busca pelo prazer.

“Os prazeres da vida civilizada, e Freud insiste nisso, vêm num pacote fechado com os sofrimentos, a satisfação com o mal-estar, a submissão com a rebelião” (Bauman, 1998, p. 8). Assim, observa-se que na fusão de turista e vagabundo na *persona* do visitante estão dualidades da cultura que se dissolvem e se reintegram em meio aos prazeres e angústias contidos nas experimentações singulares da alteridade, que o faz dissociar-se de seu local de origem e emergir em um universo virtual, que se inicia em seus anseios pessoais.

A cibercultura potencializa este processo de virtualização, principalmente porque fomenta uma consciência de modernidade a partir da maior proliferação de imaginários e da aplicabilidade tecnológica. Pelos diversos ciberespaços, as culturas locais disseminam símbolos múltiplos, em rápidas escalas de mudanças, típicas do tempo atual, e evidenciam ainda mais complexidades sociais. Afinal, processos de ressignificação estão sendo usados na exploração e organização de áreas, recriando sistemas de uso e controle do espaço, servindo como novas estratégias de dominação e relações entre governos, empresas e cidadãos. Para Krippendorf (1998) este sistema sócio-técnico é inadequado, por considerar o lazer e turismo puramente mercantilizadas, trazendo mais prejuízos que benefícios. E porque essas estruturas permanecem?

Talvez porque esta relação dialógica entre turismo e prazer reitera a interferência do modo de produção no comportamento, afetividade e psique humana. Pode-se pensar que, em tempo de cibercultura, parece uma imposição às culturas manter seu alcance global e relevância social sempre na perspectiva de um futuro emancipador – e o turismo é mercado crucial nesta imposição, uma vez

que precisa oferecer diversidade de atrativos e inovações para estimular o retorno aos visitantes, já que estes nunca estão saciados.

Isso propõe a ideia de contínua superação do passado. Pensamento que pode se tornar dispositivo de dominação e alienação pelos setores políticos e empresariais, já que o avanço técnico deixa de ser um aspecto da evolução para ser uma espécie de necessidade do homem; das culturas. A atual revolução tecnológica parece imputar uma obrigatoriedade às culturas em serem plurais, restringindo sua capacidade de autocrítica. Então, como pensar a cultura turística a partir dessa esfera *high tech*? Como pensar a relação entre tecnologias, processos de ressignificação e cultura turística, considerando problemáticas da mundialização? Temas abordados a seguir.

3. Tecnologia, ressignificação e suas implicações na cultura turística

Lévy (1999, p. 23) observa que “as técnicas carregam consigo projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais bastante variados. Sua presença e uso em lugar e época determinados cristalizam relações de força sempre diferentes entre seres humanos”. Ou seja, as reformulações tecnológicas provocam ações e efeitos específicos nas localidades, segundo aspectos históricos e estruturas socioeconômicas. Pode-se pensar, a relação entre organização social e tecnologia é fruto do modo como os cidadãos produzem, utilizam e interpretam as técnicas no cotidiano.

Para Leroi-Gourhan (1984), muito mais que mecanismos de aperfeiçoamento operacional, os fatos técnicos cooperam para a compreensão de processos históricos. Associados ao desenvolvimento tecnológico estão projetos sociais, interesses políticos e econômicos, ideias, utopias e demais fatores humanos. Salienta-se, entretanto, que as

reformulações tecnológicas não criam novas condições de vida nem novas necessidades, elas as reinventam, transformando o funcionamento dos sistemas e redistribuindo as atividades, propondo-lhes novos sentidos.

Segundo Mitchell (2000), as inovações geram novas narrativas sociais, transformando a vida e a concepção de vida, provocando rupturas de conceitos, crenças, valores, gerando ao mesmo tempo respostas e novas indagações. A cultura turística evidencia-se nesse processo contínuo de ressignificações de símbolos que se constituem como novas representações da coletividade. Assim como ocorreu com o ‘Novo Mercado do Peixe’, a revitalização de outros objetos urbanos em Salvador disseminados pelo jornalismo³ como sinônimos de novidade (‘Nova Fonte Nova’, ‘Nova Barra’, ‘Nova Ceasinha do Rio Vermelho’) propõe novos sentidos, possibilitando novas apropriações mercadológicas e sociais.

Conforme constado durante visitas, todos estes equipamentos revitalizados caracterizam processos de turistificação já que as práticas sociais, formas de consumo, valores de produtos e serviços e o perfil do consumidor foram condicionados à atividade turística, inclusive na Nova Fonte Nova, que se tornou também espaço para eventos de entretenimento e de visitação. Sendo assim, enfatiza-se, com MacCannell (2003), que o valor dos produtos centra-se mais na experiência que proporcionam aos consumidores do que nos custos da produção.

Observa-se também, no contexto de Salvador, que governos se apropriam da turistificação para incutir na sociedade a ideia de boa gestão, dissimulando antigas práticas de dominação, centrando decisões sobre destino dos equipamentos públicos entre governos e empresas. Nota-se a instituição de novas simbologias sociais, que passam a representar o lugar à medida que começam integrar o pensa-

³Informações disponíveis nos sites A Tarde, Correio da Bahia, Infraestrutura Urbana e Destemperados Foods Experienece

mento e cotidiano popular, evidenciando metamorfoses identitárias.

A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. [...] Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (Hall, 2003, p. 13)

A identidade organiza significados da cultura. E por ser móvel, observa-se que os processos de ressignificação ocorrem em terrenos instáveis. Afinal, nos sistemas sócio-técnicos envoltos na reconfiguração de equipamentos urbanos, observam-se disparidades econômicas, políticas, sociais, reproduzindo dualidades da cultura, destacadas por Eagleton (2005), e conflitos entre prazeres e angústias, estabelecidos por Freud (2003).

Essas configurações estão imersas na racionalidade ideológica do desenvolvimento técnico. Habermas (1968, p. 45) considera que "na medida em que a técnica e a ciência pervadem as esferas institucionais da sociedade e transformam assim as próprias instituições, desmoronam-se as antigas legitimizações". Infere-se, portanto, que a turistificação pode influenciar novas formas de organização e comportamento social, cujos resultados dependem de prioridades e comprometimento dos gestores com a esfera social, e também da atuação popular. Por um lado, há uma perspectiva de maior democratização das decisões referentes aos espaços públicos, considerando a potencialidade dos dispositivos digitais de comunicação. Por outro, é possível inferir a proliferação de sistemas de dominação, segregação e maior controle social.

Por exemplo, matéria publicada no site do *Tribuna da Bahia*, ilustra problemáticas políticas

e sociais que giram em torno da turistificação. No texto, uma legisladora denuncia que a Prefeitura do Salvador investiu mais de R\$ 70 milhões para consolidar o 'Novo Rio Vermelho' em detrimento de necessidades mais urgentes da população. Como pontua, as obras foram iniciadas em julho de 2015; porém, no primeiro semestre do respectivo ano, morreram 22 pessoas em deslizamentos de terras, em áreas periféricas, por conta da incidência de chuvas. Já a decisão da prefeitura pautou-se pelo discurso do 'novo' e 'fomento' ao turismo, seguindo o projeto Nova Orla de Salvador, o que também ratifica a reestruturação do Bairro da Barra.

Nota-se que, com o pretexto de projeto emancipador e desenvolvimento turístico, o planejamento urbano pode tornar-se mecanismo de favorecimento a segmentos específicos da sociedade em detrimento de reais necessidades do lugar. Assim, compreende-se, com Habermas (1968), a tecnologia como dispositivo de dominação política, comportando-se como 'exercício de controles', delimitando aspectos sociais. Ao submeter os indivíduos ao aparelho técnico, este mecanismo admite caráter repressor, retirando-lhes quase sempre a racionalidade. Considera-se também que o partidarismo pode potencializar esse processo, porque o embate deixa a esfera do interesse público e concentra-se na manipulação da opinião pública.

Por outro lado, a intervenção no Rio Vermelho despertou moradores do bairro para debater sobre suas características culturais, históricas e valores afetivos, considerando estes aspectos como símbolos turísticos. Esta mobilização comunitária potencializou-se por redes sociais, criando o fórum permanente Rio Vermelho em Ação⁴. Nele, residentes discutem urbanização, turismo e geram ações para pressionar governos a atuarem de forma mais democrática e atenta aos interesses da coletividade. O fórum tornou-se uma representação social e os integrantes debatem diaria-

⁴Ambiente de debates no Facebook

mente demandas populares associadas ao turismo, considerando-o elemento identitário local.

Portanto, nesses processos de resignificação de lugares, concentram-se sistemas hegemônicos e formam-se grupamentos sociais em busca de participação nas decisões públicas. Lemos (2002) observa que o ambiente da cibercultura corresponde a uma atitude influenciada pela contracultura, que pode colaborar para a promoção de uma gestão pública participativa por meio do potencial interativo das tecnologias digitais de informação, possibilitando um planejamento urbano mais democrático. Desse modo, pontua-se com Fernandes (2016), a necessidade de se pensar o planejamento e desenvolvimento turístico a partir de perspectivas de residentes, que experienciam a cidade cotidianamente. No entanto, acrescenta-se que devem ser incluídas no processo, manifestações de visitantes, sem os quais não há turismo.

Há na cultura turística um conjunto de potencialidades e símbolos dotados de conflitos e convergências, estando, por isso, em constante movimento, trafegando entre interesses de instituições e de populações local e flutuante. A compreensão desses aspectos é necessária para se pensar estratégias democráticas de fomento ao turismo, para que o discurso do novo não se torne mero dispositivo de dominação política e mercadológica. Mas, que seja convertido em práticas capazes de buscar soluções para problemáticas e contradições que permeiam a cultura turística.

4. Considerações

Propõe-se a cultura turística como processo de virtualização, já que é dotada de contradições, reunindo prazeres e angústias do ser humano, problemáticas socioeconômicas e políticas, e processos contínuos de metamorfoses sociais. Sistemas administrativos, mobilizações sociais, o fazer turismo, a vida cotidiana e a totalidade de aspectos

que compunham as ações humanas vinculam-se, nesta era de cibercultura, a uma consciência *high tech* positivamente imperante. É preciso dominar essa consciência para que ações e intervenções políticas e econômicas pertinentes à turistificação ocorram a partir de processos democráticos, utilizando das potencialidades interativas propostas pela revolução digital.

Referências

- A Tarde. <http://atarde.uol.com.br/esportes/noticias/1495313-vitoria-goleia-o-bahia-na-inauguracao-da-nova-arena/>. Acesso em 10 de outubro de 2016.
- Bauman, Z. (1998). *O Mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (1999). *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. (2nd ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Correio da Bahia. <http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/novo-mercado-do-peixe-reabre-essa-semana-com-11-novos-restaurantes/?cHash=bd7fd01709a3a257f7015bc82bae3ec7/>, Acesso em 15 de outubro de 2016;
- Costa, M. B. F. (2006). Da invenção da roda à cibercultura. Tecnologia, complexidade social e turismo. In: Simões, Maria de Lourdes Netto. *Identidade cultural e expressões regionais: estudos sobre literatura, cultura e turismo*. (pp. 49-65). Ilhéus: Editus.
- Dechert, Charles R (1970). *O impacto social da cibernética*. São Paulo: Bloch S-A.
- Destemperados Food Experience. www.destemperados.com.br/experiencias/amadinho-cozinha-brasileira-no-novo-mercado-do-rio-vermelho/. Acesso em 13 de outubro 2016.
- Diário do Turismo. <http://diariodoturismo.com.br/salvador-nao-esta-preparada-para-o-aumento-do-fluxo-de-turistas/>. Acesso em 9 de outubro de 2016.
- Eagleton, T. (2005). *A ideia de cultura*. São Paulo: Unesp.
- Fernandes, F. (2016). *A turistificação de Lisboa e Porto*. Acesso em 12 de outubro de 2016, em <https://www.linkedin.com/pulse/turistifica%C3%A7%C3%A3o-de-lisboa-e-porto-filipa-fernandes-phd/>.

- Fratucci, A. C. (2007). *Os processos de turistificação do espaço e a atuação dos seus agentes produtores*. Acesso em 23 de novembro de 2016, em https://www.academia.edu/869796/0s_processos_de_turistifica%C3%A7%C3%A3o_do_espa%C3%A7o_ea_atua%C3%A7%C3%A3o_dos_seus_agentes_produtores/
- Freud, S. (2003). *Além do princípio do prazer*. Rio de Janeiro: Imago.
- Foucault, M. (2007). *A ordem do discurso: aula inaugural no College de France. Pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. (15nd ed.). São Paulo: Loyola.
- Foucault, M. (2014). *A Arqueologia do Saber*. (8th ed.). Rio de Janeiro. Forense Universitária.
- Habermas, J. (1968). *Técnica e ciência como ideologia*. Lisboa: Edições 70.
- Hall, S. (2003). *A identidade cultural na pós-modernidade*. (7nd ed.). Rio de Janeiro: DP&A.
- Horkheimer, Max e Adorno, Theodor (1991). *A Indústria Cultural: Iluminismo como mistificação das massas*. In: *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Infraestrutura Urbana. <http://infraestruturaurbana.pini.com.br/solucoes-tecnicas/urbanismo/revitalizada-nova-orla-da-barra-e-inaugurada-em-salvador-326388-1.aspx/>. Acesso em 13 de outubro de 2016.
- Issa, Y. S. M. M. & Dencker, A. F. M. (2006). *Processos de turistificação: Dinâmicas de inclusão e exclusão de Comunidades Locais*. Acesso em 15 de outubro de 2016
- Japiassu, H. (1991). *Introdução ao pensamento epistemológico*. (6nd ed.). Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. (2nd ed.). São Paulo: Aleph.
- Knafou, R. (1996). *Turismo e Território*. Por uma abordagem científica do turismo.
- Rodrigues, A. A. B. (org.). *Turismo e Geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais*. (pp. 62-74) São Paulo: HUCITEC.
- Krippendorf, J. (1989). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Lemos, A. (2002). *Cibercultura*. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina.
- Leroi-Gourhan, A. (1984). *Evolução e técnica: II – o meio e as técnicas*. Lisboa: Edições 70.
- Lévy, P. (1996). *O que é o virtual*. São Paulo: 34.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: 34.
- Maccannell, D. (2003). *El turista. Uma nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina: Barcelona.
- Martins, G. A. (1994). *Manual para elaboração de monografia e dissertações*. (2nd ed.). São Paulo: Atlas.
- Mitchell, W. J. (2000). *E-Topia: “urban life, jim – but not as we know it”*. Mit Press, Cambridge: MA.
- Moesch, M. (2000). *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- Nova Orla de Salvador. (2016) <http://novaorla.salvador.ba.gov.br/>. Acesso em 10 de outubro de 2016.
- Ortiz, R. (1994). *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Observatório de Turismo da Bahia. <http://observatorio.turismo.ba.gov.br/indicadores/fluxo-turistico/> Acesso em 10 de outubro de 2016.
- Rio Vermelho em Ação. <https://www.facebook.com/groups/464660233693563/?fref=ts/>. Acesso em 16 de outubro de 2016.
- Salvador Turismo. <http://www.salvador-turismo.com/>. Acesso em 9 de outubro de 2016.
- Tribuna da Bahia. <https://www.tribunadabahia.com.br/2016/08/26/neto-transformou-salvador-em-cidade-de-papel-dispara-vania-galvao>. Acesso em 13 de outubro de 2016.
- Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com.br/ShowTopic-g303272-i3796-k7590400-Perigo_em_Salvador-Salvador_State_of_Bahia.html/. Acesso em 9 de outubro de 2016.
- Turismo Receptivo. <https://turismoreceptivo.wordpress.com/2014/04/27/infra-estrutura-servicos-hostilidades-e-precos-afastam-turistas-de-salvador/>. Acesso em 9 de outubro de 2016.
- Viva Salvador. <http://www.vivasalvador.com.br/>. Acesso 9 de outubro de 2016.