Parte 1 - Novos olhares do turismo no território brasileiro

Turismo solidário: em busca de um conceito

Rafael Ângelo Fortunato

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

FORTUNATO, R.Â. Turismo solidário: em busca de um conceito. In: MARAFON, GJ., SOTRATTI, MA., and FACCIOLI, M., comps. *Turismo e território no Brasil e na Itália: novas perspectivas, novos desafios* [online]. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014, pp. 67-94. ISBN 978-85-7511-445-2.
<https://doi.org/10.7476/9788575114452.0005>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Turismo solidário: em busca de um conceito

Rafael Ângelo Fortunato

O turismo é um fenômeno global com repercussões locais no qual é possível reconhecer diversas dimensões. Tal fato o aproxima das abordagens científicas que buscam inspirações nas ideias relacionadas à complexidade e à transdisciplinaridade (Gaxiola, 2010; Ramírez, 2010).

A complexidade pode ser entendida como as relações e as sinergias entre as partes que compõem um fenômeno a ser analisado (Morin, 2005) e a transdisciplinaridade, por tudo que faz parte das disciplinas e está entre e além delas (Nicolescu, 1999).

Assim, quando existe a pretensão de se construir um conceito sobre um fenômeno turístico, como no caso deste capítulo, torna-se importante buscar a “essência” dele e reconhecer suas diferentes dimensões para que a referida complexidade possa ser constatada, analisada e dar sustentação para ações de caráter transdisciplinar.

Para isso, escolhi trabalhar com a fenomenologia como método de pesquisa e inspiração filosófica, a fim de analisar os casos ocorridos em pesquisas empíricas no campo do turismo solidário. A fenomenologia permite ir além das percepções superficiais sobre

determinada atividade ou fenômeno (Husserl, 2008) e é conhecida por colocar os conhecimentos prévios em segundo plano no momento em que descreve as situações ocorridas no campo de pesquisa.

A busca de um conceito baseado na fenomenologia como método é inovadora e importante para as análises realizadas no campo do turismo, pois “a utilização do método fenomenológico possibilita progredir na discussão para a configuração de uma epistemologia aplicada ao turismo” (Panosso, 2005, p. 21).

O meu contato como pesquisador com ideias relacionadas ao turismo solidário ocorreu em 2008, quando iniciei meu doutoramento na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Em 2011, defendi a tese *Turismo solidário e a redescritção social no Vale do Jequitinhonha (MG)*.

Depois de seis anos de estudos empíricos e revisões bibliográficas, constatei que o termo é utilizado com grande frequência no mercado turístico, mas pouco discutido no meio acadêmico (Fortunato, 2011). No entanto, o turismo solidário é composto por uma gama de elementos novos – como trabalho voluntário associado ao turismo, hospedagem domiciliar e comunitária, criação de vínculos para promoção do turismo, encontros intersubjetivos com possibilidade de aumento no grau de intimidade (Fortunato, 2013) –, o que justifica esforços para elaborar propostas de conceituação do fenômeno.

Vale ressaltar que a construção de um conceito é importante na medida em que sinaliza novas reflexões sobre o turismo e contribui para a sistematização das análises, criando e idealizando novas realidades.

Nessa busca pela conceituação do turismo solidário, encontrei inspiração em Bachelard, para quem “a conceitualização científica precisa de uma série de conceitos em vias de aperfeiçoamento para chegar a dinâmica que pretendemos, para formar um eixo de pensamentos inventivos” (1996, p. 76).

É importante esclarecer que o conceito não é neutro, mas carregado das ideologias e percepções do pesquisador proponente. Trata-se, portanto, mais de uma construção do que de um retrato fiel da realidade; ou seja, lido com a perspectiva de que “a ciência constrói seus objetos, que nunca ela os encontra pronto” (1996, p. 77).

Trabalho também com as perspectivas apontadas por Rorty, para quem a realidade resiste às possíveis descrições que se possam fazer sobre ela. Rorty destaca ainda que “o que importa é nossa capacidade de falar com outras pessoas sobre o que nos parece verdade, e não sobre o que de fato é verdade” (2007, p. 292).

Para iniciar tal trajetória em busca de uma conceituação do turismo solidário, considero importante pontuar que: primeiro, este artigo apresenta autores que permeiam o turismo solidário, de acordo com uma escolha feita por mim, mas não pretende aprofundar-se em suas obras; segundo, trabalho com a premissa de que o turismo solidário tem como pretensão ser uma categoria de análise ampla do campo do turismo, em vez de uma modalidade de turismo, como o turismo rural; terceiro, o turismo solidário aproxima-se das ideias relativas ao turismo sustentável e ao turismo comunitário e, de uma forma bastante genérica, considero que o turismo sustentável, apesar de considerar questões referentes às relações sociais e interpessoais, tem dado uma ênfase maior nas questões ambientais relacionadas à preservação e conservação da natureza enquanto o turismo comunitário enfatiza a ideia utópica de comunidade; quarto, no turismo solidário trabalha-se com a ideia de que qualquer preocupação com o ambiente natural tem como elementos estruturais as relações interpessoais, e que a solidariedade antecede a formação de qualquer tipo de comunidade. Pensar em comunidades e sustentabilidade, portanto, envolve necessariamente o olhar proposto pela noção de solidariedade.

É importante esclarecer, também, que o objetivo não é hierarquizar, estabelecer um nível de importância para cada abordagem ou conceito, pois, na perspectiva da complexidade, tenta-se eliminar

as armadilhas do reducionismo. Procuro, portanto, lançar questões para aquecer o debate sobre as potencialidades de o turismo promover transformações sociais por meio de uma reflexão crítica sobre as relações interpessoais permeadas pela solidariedade.

Este artigo apresenta, no primeiro tópico, considerações sobre a solidariedade. Em seguida, o foco está na tentativa de entender como o turismo solidário aparece em *sites* pelo mundo, de realizar uma espécie de estado da arte do turismo solidário. No terceiro tópico, com base na fenomenologia e nos seis anos de pesquisa sobre o fenômeno, busco construir um conceito abrangente que evidencie a complexidade do fenômeno turístico quando relacionado à temática da solidariedade. Por último, apresento casos de turismo solidário inspirados no conceito construído e disseminado por meio da Rede Brasilidade Solidária.

Breves considerações sobre a solidariedade

Primeiro, torna-se necessário deixar claro que solidariedade não significa simplesmente assistencialismo ou caridade, como frequentemente é apresentada no senso comum. A solidariedade pode ser entendida como uma forma de se estabelecer relações interpessoais baseada no reconhecimento recíproco, no respeito às diferenças, na horizontalidade no campo do saber e na máxima de tentar evitar o sofrimento alheio.

Por outro lado, em alguns casos, a solidariedade pode ser vivida apenas entre iguais. Durkheim (1999), por exemplo, apresenta a *solidariedade mecânica* vivida entre iguais, como no seio de um grupo religioso ou político, e a *solidariedade orgânica*, responsável por manter a sociedade por meio da troca de serviços e produtos. Nesse caso, parte-se da ideia de que existe certa complementaridade e reciprocidade entre os sujeitos para manutenção e sustentação da vida em sociedade.

Abordagens relacionadas à solidariedade apresentam um contraponto em relação ao modelo de exclusão social, à incapacidade de se colocar no lugar do outro e ao problema da degradação ambiental.

Vale ressaltar que a preservação e a conservação ambientais, quando não consideram a questão da solidariedade, tornam-se “opressoras”, na medida em que se apropriam da natureza para obtenção de benefícios individuais, tornando-a mais um recurso a ser comercializado no mercado.

Do mesmo modo, a economia, isto é, a “administração da casa”, sem uma consideração pelo sofrimento de seus habitantes produz violência e injustiça social e torna a possibilidade da formação da comunidade, ou seja, a busca pelo bem comum, cada vez mais difícil.

Na visão de Buber (2001), em muitos casos, os vínculos interpessoais são pautados em uma relação do tipo “eu-isso”, na qual um indivíduo se vê diante de outro indivíduo e o percebe como um objeto, não havendo uma relação do tipo “eu-tu”, em que existiria um reconhecimento recíproco nos termos de que o eu, em alguns momentos e de acordo com alguns desejos, é igual ao outro. Adorno e Horkheimer (1986), quando fazem uma análise crítica da racionalidade, ou do esclarecimento, destacam que ela pode ser importante para contribuir para a emancipação do homem, mas pode também ser utilizada como instrumento de dominação e subordinação. Estabelece-se, assim, o conceito de racionalidade instrumental, que fortalece a lógica do “eu-isso” e da “coisificação dos indivíduos”.

Nessa mesma linha, Bauman destaca que

não surpreende muito que essas pessoas vejam com um horror crescente a possibilidade de se encontrar face a face com estranhos. Estes tendem a parecer ainda mais assustadores na medida em que se tornam cada vez mais diferentes exóticos e incompre-

ensíveis, e em que o diálogo e a interação que poderiam acabar assimilando a ‘alteridade’ se diluem e nem chegam a ter lugar (2004, p. 135).

Ainda segundo Baumam,

os patrícios de hoje não precisam mais dos serviços da comunidade; na verdade, não conseguem perceber o que ganhariam permanecendo na e com a comunidade o que já não tenham obtido por conta própria ou ainda esperam assegurar por seu próprio esforço, mas podem pensar em muitos recursos que poderiam perder caso se submetessem às demandas da solidariedade comunitária (2003, p. 50).

Em uma tentativa de reversão do quadro que em alguns momentos na sociedade contemporânea sinaliza a disjunção, a divisão e a exclusão social, buscam-se na teoria da dádiva de Mauss (1974) parâmetros para pensar que os seres humanos podem ter algo intrínseco que os liga aos seus semelhantes nesse mesmo mundo.

A dádiva como colocada nessa teoria está presente nas relações permeadas pela solidariedade. Godbout (1999) retrabalha essa teoria focalizando a sociedade contemporânea e destaca que a rede de relações interpessoais cimentadas pela dádiva e pelo auxílio mútuo se destacam como últimos baluartes que permitem a sobrevivência num mundo de carências materiais e de insegurança.

Segundo Mauss, existe um sistema de dádiva e trocas para além de questões econômicas na vida social, no qual as pessoas trocam objetos, serviços, saberes, e estas trocas têm um peso simbólico ao mesmo tempo que propiciam a satisfação dos indivíduos, bem como a manutenção da própria vida social. Existe algo na coisa dada que faz com que os sujeitos sintam-se praticamente “obrigados” a retribuir uma gentileza, um presente, uma ajuda. Esse senti-

mento Mauss chama de *Hau*, que significa, em linhas gerais, o “espírito do doador” que permanece na coisa dada. Nesta perspectiva, as relações são marcadas pela *reciprocidade* entre as pessoas, em que a doação material, espiritual e emocional acarreta uma dívida com o outro, no sentido de que se faça o mesmo por ele.

Segundo Lanna (2000), as dádivas perpassam e organizam diferentes esferas sociais ao se pautar na ideia de dar, receber e retribuir, no respeito mútuo e na generosidade recíproca. Encontrase aí uma convergência com a teoria da luta por reconhecimento de Honneth, para quem

as formas de interação assumem nos casos normais o caráter de relações solidárias, porque todo o membro se sabe estimado por todos os outros na mesma medida; pois por solidariedade pode-se entender, numa primeira aproximação, uma espécie de relação interativa em que os sujeitos tomam interesse reciprocamente por seus modos distintos de vida, já que eles se estimam entre si de maneira simétrica (2003, p. 209).

Visto esse cenário, parte-se do pressuposto que discussões em torno da solidariedade no campo do turismo são fundamentais para suscitar debates que visam transformar os caminhos que vem seguindo a sociedade contemporânea por meio de um olhar crítico.

Feitas tais considerações sobre a solidariedade e suas proximidades com a dádiva, a seguir, estão algumas experiências que aliam turismo e solidariedade em *sites* pelo mundo.

As diferentes características do turismo solidário

Os casos apresentados nesse tópico, na maioria das vezes, estão relacionados ao oferecimento do turismo solidário como um produto, como uma forma de reinventar o mercado turístico, no

qual cresce o número de turistas preocupados ou engajados em atividades voltadas para melhorias dos problemas socioambientais.

Nesse sentido, Rodrigues destaca que

todos os anos é necessário criar novas experiências para seduzir os turistas e despertar neles o interesse pelo local. Trabalhar o turismo, nesse caso, requer trabalhar o imaginário local para criar novas proposta de *marketing*, ferramenta que constitui um recurso fundamental na era pós-moderna. Os agentes envolvidos no desenvolvimento do turismo devem sempre procurar despertar a sensibilidade do turista, estimulando a criatividade das comunidades para descobrir novas possibilidades de oferta turística (1999, p. 217).

Graburn (2001), ao comentar o turismo solidário, o relacionou com viagens praticadas em áreas pobres, que incluem os que viajam a Cuba para ajudar com as colheitas da cana-de-açúcar e com o desenvolvimento local e ecológico e os europeus que trabalham na Bolívia ajudando mineiros muito pobres a extrair estanho. Realça ainda o crescente sentido de responsabilidade moral por parte de muitos turistas, organizações não governamentais e alguns setores de promoção da atividade turística para proporcionar o turismo “amigo do pobre”. Por meio de sites na rede mundial de computadores, constata-se que o termo turismo solidário está bastante difundido, mas possui vieses diferentes, configurando, assim, um conceito em formação.

O site www.turismosolidario.com.br apresenta o turismo solidário no Vale do Jequitinhonha da seguinte forma:

A proposta privilegia a valorização do jeito de ser, da cultura popular e das belezas naturais das comunidades. Os turistas solidários participam do cotidiano das famílias que os hospedam e têm a possibilidade de compartilhar um pouco de seu conhecimen-

to. Possibilitando a troca de conhecimentos e geração de renda às populações locais, o programa significa esperança de vida melhor para centenas de famílias beneficiadas pelo aumento do fluxo turístico e pela participação solidária dos turistas.

No *site* português www.inatel.pt, o turismo solidário é apresentado como uma oportunidade para as pessoas com dificuldades financeiras usufruírem do turismo, como fica evidenciado nesta citação:

Poderão participar do Programa cidadãos residentes em Portugal com idade superior a 18 anos, com um rendimento bruto mensal igual ou inferior a dois salários mínimos nacionais; poderão ser acompanhados pelos cônjuges, e/ou outros membros dependentes do agregado familiar, independente da idade e nacionalidade destes. O custo do Programa varia consoante o valor de rendimento bruto mensal por pessoa (2011).

Na França, no *site* www.tourisme-solidaire.org, o turismo solidário assemelha-se ao caso do Vale do Jequitinhonha, tendo como foco a contribuição para habitantes dos países em desenvolvimento se fortalecerem economicamente. Organizações da sociedade civil fornecem apoio técnico às associações de moradores de países em desenvolvimento. Elas, portanto, trabalham com projetos de desenvolvimento local e incentivam as pessoas a viajar em direção aos locais carentes com o intuito de praticar o turismo solidário, tornando-se parte dos projetos de desenvolvimento.

Na Itália, no *site* www.turismosolidale.it, o turismo solidário é relacionado a outro tipo chamado de *responsável* e possui uma rede de associações e entidades que promovem a atividade tanto no seu próprio território como nos países considerados mais pobres.

Tanto a proposta francesa quanto a italiana defendem uma forma de turismo organizado pelas populações locais, pois acreditam que dessa maneira o dinheiro pode circular na região contribuindo para o desenvolvimento local sem que haja a concentração da renda gerada pela atividade turística sob o controle de grandes agências (Bellia e Battesti, 2004). Assim, o turismo solidário também se aproxima do turismo de base comunitária, que tem como um dos seus pressupostos o envolvimento dos moradores de determinada região na atividade turística e a valorização da cultura local (Irving, 2009).

Uma agência de viagens da Argentina, Boomerang, oferece o turismo solidário como um dos seus produtos. Eis alguns trechos significativos retirados de www.boomerangviajes.com.ar:

Contemplan espacios de intercambio con comunidades locales. Participación de sus tareas cotidianas. Algunos programas contemplan alojamiento en casas particulares. Involucran a comunidades indígenas y rurales. Contamos con programas en Argentina, América, África y Asia... El viajero elige un destino a visitar. Por parte de Boomerang Viajes, se toma conocimiento sobre las motivaciones del viaje, los servicios requeridos por el viajero, el tiempo disponible, temporada y sus posibilidades económicas. El viajero es asesorado e informado acerca de los impactos que producirá su visita. El viajero identifica las necesidades básicas están cubiertas y realiza una propuesta en algunos casos las comunidades de base al contar ya con un proyecto se puede destinar un porcentaje para su desarrollo (2011).¹

¹ Contemplar oportunidades de intercâmbio com as comunidades locais. Participação em suas tarefas diárias. Alguns programas incluem alojamento privado. Envolvimento das comunidades indígenas e rurais. Temos programas na Argentina, América, África e Ásia... O viajante escolhe um destino para visitar. Por meio da Boomerang viagem, toma-se conhecimento sobre as motivações da viagem, os serviços solicitados pelo viajante, o tempo disponível, temporada e seu potencial

Já a Action, em seu site www.actionaid.org.br, apresenta-se como uma associação não governamental internacional, com atuação em quarenta países, e propõe

desafios aos doadores de todo o mundo, e já levou turistas solidários a China, Índia, Peru, Quênia, Tanzânia, Camboja, Malauí, Sri Lanka e Marrocos. Entre os objetivos do desafio, estão: arrecadar recursos para um fundo de emergências da organização, encurtar as distâncias entre países do Norte e do Sul e chamar a atenção para o quanto as pessoas pobres ainda precisam de ajuda. Para participar da aventura, cada interessado se compromete com a ActionAid a arrecadar um montante junto a amigos, empresas, associações etc. e passa por um treinamento sobre como levantar fundos (2011).

Na Espanha, um programa de turismo solidário é organizado pela Fundação Bancaja e o seu principal objetivo é levar os turistas para conhecer associações e projetos solidários espalhados pelo mundo. É possível obter maiores informações em www.obra-social.bancaja.es/cultura/cultura.aspx.

O intercâmbio cultural é estimulado por meio da hospedagem em receptivos familiares. Em um vídeo da associação Bancaja, que pode ser encontrado no site www.youtube.com/watch?v=eU5YQCzlmz8, uma *turista solidária* caracteriza sua viagem dizendo: “um pouquinho de coração e sensibilidade é a melhor forma de viajar do mundo”, e um turista que parecia estar voltando à sua casa salienta o enriquecimento obtido com a viagem ao dizer: “eu vou mais rico [...]”. As pessoas não precisam

econômico. O viajante é aconselhado e informado sobre os impactos que sua visita produzirá. O viajante identifica as necessidades básicas a serem atendidas e faz uma proposta; em alguns casos, destina um percentual de sua viagem para o desenvolvimento de projetos (tradução do autor).

oferecer seus serviços para a viagem ser caracterizada como solidária”. Neste trecho, percebe-se, assim como no turismo solidário do Vale do Jequitinhonha, que ações voluntárias não são primordiais para caracterizar o turismo solidário.

Outra modalidade de turismo que se assemelha às propostas do turismo solidário é o *reality tour* oferecido pela Global Exchange, para quem

tours are not designed to provide immediate solutions or remedy the world's most intractable problems, nor are they simply a brand of voyeurism [...] A participant will have the chance to learn about unfamiliar cultures, meet with people from various walks of life, and establish meaningful relationships with people from other countries (2011).²

Na modalidade proposta pela cooperativa portuguesa Mó de Vida (www.modevida.com/turismo.html), uma agência emissiva, “o confronto com a realidade, tomando conhecimento no local visitado das desigualdades, injustiças etc. levará à adoção de atitudes mais solidárias nas suas vidas quotidianas”.

Um dos casos mais significativos nessa abordagem é a organização dos estudantes da Universidade de Oxford, em que três deles, depois de uma viagem a regiões carentes da Geórgia, fundaram a Travelaid, com o intuito de organizar uma instituição que pudesse levar outros estudantes a terem experiências semelhantes. A instituição possui apoio da universidade e eles organizam viagens nas férias escolares para regiões carentes para que os alunos possam colocar suas habilidades a serviço das populações locais.

² Os passeios não são projetados para fornecer soluções imediatas ou remediar problemas mais difíceis do mundo, nem são simplesmente uma marca de voyeurismo [...] Um participante terá a oportunidade de aprender sobre culturas desconhecidas, encontrar com pessoas de vários estilos de vida, e estabelecer relacionamentos significativos com pessoas de outros países (tradução do autor).

Além disso, fazem campanhas para arrecadar fundos para os projetos sociais que se propõem a contribuir para o desenvolvimento de regiões carentes economicamente.

Turismo solidário: em busca de um conceito

O turismo solidário está alinhado com as novas discussões da ciência na contemporaneidade e cumpre uma função social importante, pois integra diferentes olhares para compor o turismo como um fenômeno social complexo de múltiplas determinações.

Com a orientação da fenomenologia, pretendi apreender a essência do fenômeno (Husserl, 2008) por meio da descrição dos casos ocorridos no campo de pesquisa. De acordo com tal perspectiva teórica, após a etapa apontada,

o pesquisador, ao ler os discursos do sujeito, é orientado por um sentido, por uma busca de significados que ele intui ou detecta. As proposições ontológicas e epistemológicas representam as concepções sobre o fenômeno. As percepções que os sujeitos têm da sua experiência vivida passam a constituir os dados da pesquisa ou as ‘unidades de significado’ que compõem os elementos estruturais do fenômeno (Machado, 1994, p. 45).

As unidades de significados que compõem o turismo solidário foram sistematizadas por meio de “6 Vs” (visitação, vivências, vendas, vínculos, veiculação, validação). Essa abordagem faz uma alusão a outros campos do conhecimento, como o *marketing*, que usa a ideia dos “4 Ps” (praça, preço, promoção, ponto de venda), e da educação ambiental, dos “4 Rs” (repensar, reduzir, reutilizar e reciclar), para suas sistematizações.

Os “6 Vs” são pensados em termos de doação e de recepção simultâneas, ou seja, todos são interdependentes, mas eventualmente podem ocorrer de forma isolada. Tem-se, portanto, uma

abordagem complexa para promoção do turismo, cujos indicadores e significados sinalizam a sistematização e o acompanhamento dos processos turísticos. A seguir, apresento uma caracterização mais detalhada dos elementos a serem pensados em cada um dos “Vs” do turismo solidário.

Visitação: roteiros baseados nos saberes locais

Este indicador relaciona-se com a visitação impulsionada pelo fortalecimento de uma identidade territorial e pela valorização dos atrativos naturais. Tal fortalecimento aumenta a possibilidade da emergência de sujeitos políticos que influenciem a construção social da realidade e promovam a preservação ambiental a partir de novos vocabulários (Rorty, 2007).

Os trabalhos com roteiros baseados nos saberes locais proporcionam uma reflexão sobre a história das regiões visitadas e sobre o sentimento de pertencimento dos moradores, evocando um diferencial para a região. Tal fato cria potencial de inovação do produto turístico. Tem-se percebido que os projetos sociais que ocorrem nas regiões visitadas tornaram-se atrativos turísticos e, em muitos casos, os turistas se dispõem a contribuir com eles, seja com palestras, atividades em geral ou recursos financeiros.

Os estímulos às visitas e aos projetos comunitários que podem ocorrer durante a visitação são considerados essenciais, pois os sujeitos visitados podem se sentir motivados quando seus trabalhos são reconhecidos pelos turistas. Trabalha-se com a perspectiva de Wulf, para quem “a imagem de si próprio se forma e se transforma através da vida com o outro e o seu reconhecimento” (2003, p. 210).

Para fomentar a visitação baseada nos saberes locais, a história oral tem se apresentado como uma boa estratégia. A identidade territorial dá suporte a uma visitação como mais significado e é, portanto, indispensável no âmbito do turismo solidário. É impor-

tante ressaltar que o entretenimento e o artesanato também são aspectos fundamentais para motivar a visitaço do turista e podem ser pensados no planejamento da atividade.

Vivncias: aumento no nvel de intimidade

Este indicador relaciona-se s trocas de experincias, que fazem do campo turstico um ambiente propcio para o aprendizado mtuo permeado por posturas solidrias. Observa-se que a procura por um turismo que prioriza a convivncia com os moradores das localidades visitadas est crescendo e os encontros esto se apresentando como um diferencial, sendo capazes de alargar a percepo do indivduo por meio dessas trocas (Fortunato e Neffa, 2010).

Durante as pesquisas no Vale do Jequitinhonha, foi possvel ouvir os seguintes relatos: “eles vindo aqui conversando comigo j uma boa ao, trazem informaes importantes” (morador); “ bom conhecermos pessoas com a cabea diferente da nossa, atravs deles podemos mudar a cabea da gente e da comunidade para ver se surge uma nova alternativa aqui” (morador).

Uma estudante de medicina da UERJ realizou atividades voluntrias de promoo de sade no Vale do Jequitinhonha . Essas prticas de educao em sade foram explicitadas com maiores detalhes por Cruz e Fortunato (2009) no texto “Promoo de sade por meio do turismo solidrio no Vale do Jequitinhonha”, apresentado no 47 Congresso Cientfico do Hospital Universitrio Pedro Ernesto. Em relao a sua vivncia, a estudante fez o seguinte relato:

 bastante importante lidar com pessoas de todos os tipos... o que vou fazer em minha profisso [atualmente, ela aluna do terceiro ano de medicina]... conhecer outras realidades, pois, apesar de voc saber que existem lugares que no tm sanea-

mento e acesso, a assistência médica restrita, é diferente você ir lá e ver... percepções diferentes de mundo... sensação de pureza [referia-se às pessoas das localidades], a receptividade das pessoas foi uma coisa muito impressionante... a pessoa nunca te viu e te oferece várias coisas... Será que ficar trancada em um consultório é o que quero com a minha profissão? Fiquei pensando nisso... gratidão... você tem a impressão de que você não fez nada demais e a pessoa agradece como se você tivesse feito muito... Eu quero fazer isso mais vezes... estou mais autoconfiante.

Os significados atribuídos às vivências relacionam-se diretamente ao tempo de permanência do turista na região visitada. Os encontros no campo do turismo solidário podem ser considerados momentos propícios para formação pessoal e ressignificação identitária, visto que símbolos e significados específicos, representados pela construção social de indivíduos em ambientes distintos, encontram-se como elementos relativizadores de pontos de vistas e de modos de ser e estar no mundo contemporâneo.

Para Rorty, é preciso estar atento ao vocabulário final de cada indivíduo com uma postura solidária, para que cada um possa ser capaz de reinventar seu vocabulário e torná-lo mais propício a vivências permeadas pela solidariedade.

Nenhum ser humano tem mais acesso à realidade do que outros, pois a “realidade” resiste às nossas descrições (Rorty, 2007), sendo, portanto, a diversidade de olhares e perspectivas o fermento que contribui para a criação de modelos de desenvolvimento alternativos. Nas palavras de Rorty, “o processo de mudança de linguagem e de outras práticas sociais pode produzir seres humanos de um tipo que nunca existiu antes” (2007, p. 32).

Para concluir esse tópico relacionado às vivências, é importante ressaltar que, quanto mais tempo o turista permanece em contato com a população, maior a probabilidade de ele destinar

recursos financeiros aos lugares visitados e, por meio da compra de produtos e serviços, dinamizar a cadeia produtiva do turismo.

Vendas: campanhas de *marketing*

Este indicador procura entender o turismo como um fenômeno social que perpassa o campo da economia e dos negócios, pois alguns atores sociais que trabalham com o turismo solidário desejam melhorar sua qualidade de vida por meio da atividade. Assim, faz-se necessário pensar uma estratégia de *marketing* para estabelecer um posicionamento no mercado que garanta a sustentabilidade econômica das iniciativas. No Vale do Jequitinhonha, por exemplo, a prática é comercializada pelo sítio eletrônico www.turismosolidario.com.br.

Para pensar na venda de um produto, é de suma importância o conhecimento do perfil dos turistas. Swarbroke e Horner (2002), ao discutir questões referentes ao que chamam de “comportamento do turista do futuro”, sinalizam as múltiplas influências relacionadas à escolha dos destinos e das atividades a serem exercidas no tempo de lazer das pessoas. As influências listadas são: fatores políticos, econômicos, sociais, da indústria do *marketing*, tecnológicos; a influência da mídia; experiência em viagens. Essas questões, combinadas ao desejo de diferenciação por meio do consumo, fazem do campo do turismo um espaço dinâmico em estreita relação com valores sociais.

Surgem, desse modo, no plano da comercialização de produtos, estratégias de segmentação de mercado, que, na perspectiva de Kotler, traduzem-se na identificação de um grande grupo “a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compras e hábitos de compras similares” (2000, p. 278).

Para Urry, levar em consideração como os grupos sociais constroem seu olhar turístico é uma boa maneira de perceber o que está acontecendo na “sociedade normal”:

Não existe um único turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença [...]. O olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não turísticas de experiências e de consciência social (2001, p. 16).

Assim, para se pensar em turismo na atualidade, há que se reconhecer, a partir da segunda metade do século XX, fatores sociais como o aumento das preocupações com o meio ambiente em seu sentido amplo e os novos discursos sobre responsabilidade social, em que a legislação ambiental e seus instrumentos para preservação e conservação ambiental ganham destaque.

Existem evidências de que parte da população mundial reconhece os limites dos usos dos recursos naturais e que a justiça social, entendida aqui como condições dignas para todo cidadão, pode ser uma premissa plausível para sustentar a ideia de desenvolvimento.

Comportamentos nessa direção passam a ser adotados por aqueles que pretendem legitimar suas ações como condizentes com a de um “cidadão responsável”. A adoção, por exemplo, dos termos “eco”, “sustentável” ou “solidário” torna-se também uma questão mercadológica de diferenciação e oferece evidências do perfil do público que pode se interessar pelo turismo solidário que ocorre em determinadas regiões.

Vínculos: economia solidária e arranjos produtivos locais

O trabalho no campo dos arranjos produtivos locais procura fortalecer a economia da região e incentiva o empreendedorismo a atuar na cadeia produtiva do turismo. Em algumas localidades em que o turismo ocorre, moradores oferecem, em suas casas, produtos para venda ou vagas em quartos. Apesar de

ser uma estratégia de venda, tal fato pode ser pensado no campo dos vínculos, na medida em que o dono de um empreendimento indica outro para ser visitado. Isso fortalece a cadeia produtiva do turismo e as relações de reciprocidade e solidariedade.

É importante ressaltar que, no turismo, assim como em outras atividades econômicas, torna-se necessário pensar no desenvolvimento da região em detrimento do desenvolvimento exclusivamente individual.

O fortalecimento dos vínculos entre os agentes que trabalham com o turismo de forma direta ou indireta promove um ambiente de troca de informações e tecnologias que formam redes e aumentam a competitividade da região no mercado turístico.

A formação e o fortalecimento dessas redes podem contribuir para o aumento dos trabalhos no campo da economia solidária, porque nesse campo pretende-se estreitar os vínculos entre os atores sociais que, até então, eram concorrentes.

Em linhas gerais, na economia solidária, os participantes na atividade econômica cooperam entre si em vez de competir (Singer, 2002). Trabalha-se na perspectiva da produção da existência, na qual a reciprocidade e a dívida (Mauss, 1974) são consideradas elementos essenciais. Nesse sentido, a economia solidária se apresenta como um modelo alternativo, que, mesmo dentro do mercado capitalista, insiste na igualdade e na autogestão como pressupostos da organização da produção de bens materiais e serviços.

Nas pesquisas realizadas no Vale do Jequitinhonha, constatou-se que, apesar da importância do estabelecimento de vínculos para gestão do turismo solidário, os atores sociais ainda encontram grandes dificuldades. O relato de uma das técnicas do programa ilustra esse fato:

Eles pensaram que você teria um fluxo turístico mais rápido, que a capacitação para o estabelecimento de uma rede de serviços – vamos chamar de rede de serviços, hospedagem, transporte e

alimentação, alguma coisa de artesanato que foi trabalhado em paralelo –, acreditavam que isso seria suficiente para uma divulgação e promoção do programa, tanto que foram realizadas algumas viagens de familiarização nesse sentido, mas eles não tinham a capacidade de recepção porque na verdade eles precisavam receber e operar. O mercado pediu produtos prontos e operadores, e até que isso fosse feito, gastou-se um tempo grande. Eu acho que inicialmente, os técnicos que começaram com o programa acreditavam que a resposta também de organização, de entrosamento das comunidades envolvidas, seria maior; achava-se que essas comunidades envolvidas dariam conta de estar gerindo o programa, o que foge da realidade.

Visto esse cenário, torna-se relevante a existência de redes de colaboração, como a Rede Brasilidade Solidária – que pode ser conhecida com maior profundidade no endereço www.brasilidade-solidaria.com –, pois nelas é possível compartilhar experiências nas quais a vinculação entre diferentes atores sociais é o ponto forte da gestão do turismo.

Quando está em pauta a questão dos vínculos no turismo solidário, não há como não fazer referência às amizades que se formam entre visitantes e visitados. Quando a viagem termina, é comum o envio de cartas e fotos por parte dos turistas e as promessas de que retornarão para visitar a região novamente.

Veiculação: a responsabilidade social dos empreendimentos

Neste indicador, entende-se veiculação como o ato de transmitir informações relevantes para promoção da proteção ambiental, do esporte, da cultura e da justiça social aos turistas. Acredita-se na importância da responsabilidade socioambiental dos atores sociais envolvidos para sensibilizar os visitantes em relação aos problemas socioambientais, visto que o turismo é conhecido tam-

bém por sua degradação ambiental e social ao inserir, por vezes, lógicas de produção e de consumo que não se sustentam.

A responsabilidade social, por exemplo, na visão de Parente et al., “sempre começa no âmbito pessoal e atinge o organizacional, pois se trata da decisão de um indivíduo, ou de um grupo, de agir de maneira coletiva. É a expansão da consciência que vai despertar maior responsabilidade pelo bem coletivo” (2006, p. 29).

Neste indicador, dá-se relevância para veiculações que se aproximam das bases filosóficas da educação ambiental, que procura contribuir para a formação do indivíduo. A Lei n. 9795/99, em seu artigo 1º, preconiza que

entendem-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade (Brasil, 1999).

A mesma lei apresenta a educação ambiental como uma ação a ser desenvolvida pela sociedade nos mais variados espaços. No artigo 3º, inciso VI, diz que cabe “à sociedade como um todo, manter atenção permanente à formação de valores, atitudes e habilidades que propiciem a atuação individual e coletiva voltada para a prevenção, a identificação e a solução de problemas ambientais”.

O site www.turismosolidario.com.br, ao apresentar suas propostas de trabalho, afirma que o turismo solidário pode “despertar no turista: o compromisso de participar da transformação socioeconômica do país [...] valorizar a identidade cultural e a preservação dos atrativos culturais e naturais nas regiões”.

Uma das práticas de veiculação de informações pode estar relacionada à “história de vida” dos produtos comercializados e aos problemas socioambientais que se apresentam no empreendimento turístico e em seu entorno. Podem ser destacadas também

as estratégias de superação dos problemas socioambientais por meio da prática do turismo solidário.

Validação: reprodução da tecnologia social

A validação pode ser entendida como o estágio no qual o turismo solidário praticado passa a ser reconhecido como um caso de sucesso por um grupo de pessoas. Uma das principais maneiras para validação é a capacidade de o empreendimento atuar em redes e contribuir para a disseminação da proposta, pois a atuação em redes pressupõe um intercâmbio e um posicionamento político e ideológico em torno de uma concepção do modo de organização dos produtos turísticos e das regiões turísticas.

Assim, pressupõe-se que os atores sociais que utilizam como uma de suas referências a Rede Brasilidade Solidária, por exemplo, estão desejosos de trocar experiências em relação às dificuldades e às potencialidades de seus trabalhos, para que outros indivíduos também possam se beneficiar. Trata-se, nesse ponto, de trabalhar de acordo com a proposta das ecologias de saberes e contra a experiência desperdiçada (Santos, 2006).

Este indicador é influenciado pelas discussões relacionadas às tecnologias sociais, que podem ser entendidas como

o conjunto de atividades relacionadas a estudo, planejamento, ensino, pesquisa, extensão e desenvolvimento de produtos, técnicas ou metodologias reaplicáveis, que representem soluções para o desenvolvimento social e melhoria das condições de vida da população (Brasil, 2013).

Acredita-se que o turismo solidário seja capaz de contribuir para a melhoria da qualidade de vida de determinadas populações, podendo ser pensado como uma tecnologia social que tem nos “6

Vs” seus significados e suas diretrizes para acompanhamento dos processos turísticos.

Apostando no turismo solidário

O Brasil sediou a Copa do Mundo de 2014 e está prestes a receber as Olimpíadas de 2016, o que o coloca diante de uma importante oportunidade – e também de uma demanda – de desenvolver o setor turístico. Espera-se que, além das capitais, os pequenos municípios e distritos também sejam afetados pelo aumento na quantidade de turistas, com a perspectiva de alguns deles buscarem um contato de maior intimidade com os moradores das localidades visitadas e de se preocuparem com as questões socioambientais. Diante disso, supõe-se que um bom número de municípios, de regiões, de localidades e de associações de moradores investirá nessa nova demanda e buscará uma maneira de satisfazê-la.

Desse modo, a Rede Brasilidade Solidária se coloca à disposição da sociedade para contribuir com projetos de turismo que tenham interesse na utilização dos “6 Vs” como diretrizes de atuação. Faz-se isso pensando que, apesar das oportunidades do novo cenário turístico, existe grande quantidade de grupos e de pessoas que têm dificuldade em empreender um novo negócio no campo. Uma das formas de divulgação da rede e dessas oportunidades ocorre por meio do programa Retrato Brasil, que enfatiza a questão da convivência, da emoção e da motivação para que surjam novas iniciativas que contribuam para o desenvolvimento local por meio do turismo solidário. Esse programa pode ser visualizado no endereço <http://www.youtube.com/user/RETRATOBASIL>.

Atualmente, o trabalho está sendo desenvolvido no Morro do Borel (RJ), em Barra de Guaratiba (RJ), no bairro dos Três Picos, em Nova Friburgo (RJ) e no Complexo do Alemão (RJ). Procura-se desenvolver uma nova concepção teórico-metodológica

de trabalho, que busca preencher uma lacuna na relação entre os trabalhos acadêmicos e as pessoas que atuam ou querem atuar com o turismo. Procura-se, também, formar redes como uma maneira de manifestação política, partindo do pressuposto que os participantes dessas redes podem convergir, minimamente, em relação às diretrizes teóricas e metodológicas para atuação no campo do turismo.

O título “Brasildade Solidária” foi pensado como uma estratégia de *marketing*, visando atingir a um público específico que busca, no contato com a população local e na troca de experiências, elementos que garantam a qualidade da sua viagem. É importante lembrar que, apesar de seguir as diretrizes dos “6 Vs”, não se atua, necessariamente, a partir de concepções prévias em relação ao modo de dar prosseguimento aos trabalhos, a fim de evitar as armadilhas do determinismo e do mecanicismo. Vale ressaltar que o simples fato de fazer parte da rede não garante que os “6 Vs” já estão sendo trabalhados em todo seu potencial.

Neste capítulo, constatou-se a complexidade que envolve abordagens relacionadas ao turismo solidário. Sua base de sustentação ancora-se nas discussões referentes à educação ambiental, à economia, à psicologia, à política, à identidade, aos valores humanos, dentre outras áreas, revelando seu caráter transdisciplinar.

O turismo solidário é, portanto, um fenômeno social complexo com múltiplas determinações, que, por meio de relações interpessoais solidárias, sinaliza possibilidades de transformação pessoal e social e, eventualmente, envolve ações voluntárias para melhoria dos problemas socioambientais.

O aumento no grau de intimidade entre os sujeitos envolvidos no encontro faz do turismo solidário uma busca por pessoas, mais do que por paisagens. O outro é o diferencial, é o que mais importa, é o responsável por aumentar os repertórios temáticos pelos quais os indivíduos são capazes de “circular” (Fortunato, 2013).

Essas características atribuídas aos encontros abrem possibilidades para pensar neles como fenômenos que estimulam o reconhecimento, a convivência, a valorização do saber local, o fortalecimento da economia local e a preservação ambiental. Diante desse cenário de potencialidades das abordagens relacionadas ao turismo solidário, um dos próximos passos da Rede Brasilidade Solidária será oferecer a universidades e universitários produtos turísticos que de alguma forma perpassam o conceito do turismo solidário.

A ideia é que os jovens possam desfrutar do prazer da atividade e, durante um período do seu tempo, se colocar à disposição das populações a fim de tentar contribuir para a melhoria dos problemas socioambientais. Essas atividades poderão fazer parte do seu currículo de atividades complementares.

Por fim, nesse modelo de turismo, “percebe-se que a estima recíproca entre sujeitos que compartilham modos de vidas escolhidos/construídos de formas diferenciadas contribui para o aumento do grau de solidariedade” (Fortunato, 2013) e que a solidariedade, em conjunto com a atividade turística, pode ser uma boa estratégia para a construção de outros modos de se viver na sociedade contemporânea.

Referências

- ACTIONAID. Disponível em http://www.actionaid.org.br/Portals/0/Releases/Especial/turismo_solidario.pdf. Acesso em 2 fev. 2011.
- ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.
- BACHELARD, G. *A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BANCAJA. Disponível em <http://www.obrasocial.bancaja.es/cultura/cultura.aspx>. Acesso em 22 jan. 2013.
- BAUMAN, Z. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

- . *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BELLIA, R. e BATTESTI, N. R. “Tourisme solidaire: innovation et réseau. Analyse comparée France-Italie”. *Colloque Les Enjeux du Management Responsable*. Lyon: Université Catholique de Lyon, 2004, pp.18-9.
- BOOMERANGVIAGES. Disponível em <http://www.boomerangviajes.com.ar/espanol/turismosolidario.php>. Acesso em 5 abr. 2011.
- BRASIL. *Lei n. 9.795 de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências*. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm. Acesso em 20 fev. 2014.
- . Disponível em <http://www.brasil.gov.br/sobre/ciencia-e-tecnologia/desenvolvimento-sustentavel/tecnologia-social>. Acesso em 10 mar. 2013
- BUBER, M. *Eu e tu*. São Paulo: Centauro, 2001.
- CAPALBO, C. *Fenomenologia e ciências humanas*. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1987.
- CRUZ, H. T. e FORTUNATO, R. A. “Promoção de saúde por meio do turismo solidário do Vale do Jequitinhonha”. *Revista do Hospital Universitário Pedro Ernesto*, Rio de Janeiro, 2009, a. 8, pp. 205-6.
- DURKHEIM, E. *Da divisão social do trabalho*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FORTUNATO, R. A. *Turismo solidário e a redescritção social no Vale do Jequitinhonha – MG* (tese). UERJ, 2011.
- . “Encontros no campo do turismo solidário do Vale do Jequitinhonha – MG”. *Revista Turismo & Sociedade*, Curitiba, jan. 2013, v. 6, n. 1, pp. 104-23.
- e NEFFA, E. M. “Entraves e potencialidades de ações voluntárias na região do Programa de Turismo Solidário do Vale do Jequitinhonha”. *Revista Turismo & Sociedade*, Curitiba, out. 2010, v. 3, n. 2, pp. 185-202.
- GAXIOLA, N. C. “Hacia una epistemologización del discurso turístico”. In CASTILLO, N. M. *Epistemología del turismo: estudios críticos*. México: Trilhas, 2010.
- GLOBAL EXCHANGE. Disponível em <http://www.globalexchange.org/tours/faq.html>. Acesso em 2 fev. 2011.
- GODBOUT, J. T. *O espírito da dádiva*. Trad. Patrice Charles F. X. Wuillaume. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.
- GRABURN, N. “Secular ritual: a general theory of tourism”. In SMITH V. e BRENT M. (orgs.). *Hosts and guests revisited: tourism issues of the 21st century*. Nova York: Cognizant Communication Corporation, 2001, pp. 42-50.
- HONNETH, A. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

- HUSSERL, E. *A ideia da fenomenologia*. Lisboa: Edições 70, 2008.
- INATEL. Disponível em <http://www.inatel.pt/Turismo/programas/solidario.pdf>. Acesso em 2 fev. 2011.
- IRVING, M. de A. “Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível?”. In BARTHOLO, R. et al. (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- KOTLER, P. *Administração de marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LANNA, M. “Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva”. *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, jun. 2000, n. 14. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782000000100010&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 18 ago. 2009.
- MACHADO, O. V. “Pesquisa qualitativa: modalidade fenômeno situado”. In BICUDO, M. A. V. e ESPOSITO, V. H. S. (orgs.). *A pesquisa qualitativa em educação: um enfoque fenomenológico*. Piracicaba: Unimep, 1994, pp. 35-46.
- MAUSS, M. “Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas”. *Sociologia e antropologia*. Trad. Paulo Neves. São Paulo: EDUSP, 1974, v. 2.
- MÓ DE VIDA. Disponível em <http://www.modevida.com/turismo.html>. Acesso em 2 fev. 2011.
- MORIN, E. *Ética, solidariedade e complexidade*. São Paulo: Palas Athena, 1998.
- . *O método*. Porto Alegre: Sulina, 2005, 6 v.
- NICOLESCU, B. *O manifesto da transdisciplinaridade*. São Paulo: Triom, 1999.
- PANOSSO, A. *Filosofia do turismo. Teoria e epistemologia*. São Paulo: Aleph, 2005.
- PARENTE, J. G. et al. “Varejo e responsabilidade social”. In ——— e GELMAN, J. J. *Varejo e responsabilidade social: visão estratégica e práticas no Brasil*. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- RAMÍREZ, C. U. “Reflexiones sobre epistemologia del turismo”. In CASTILLO, N. M. *Epistemologia del turismo: estudios críticos*. México: Trilhas, 2010.
- RODRIGUES, A. B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RORTY, R. *Contingência, ironia e solidariedade*. São Paulo: Martins, 2007.
- SANTOS, B. S. *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- SINGER, P. *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SWARBROOKE, J. e HORNER, S. *O comportamento do consumidor no turismo*. Trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2002.

- TOURISMESOLIDAIRE. Disponível em http://www.tourisme-solidaire.org/ressource/pdf/ts_reseau.pdf. Acesso em 4 abr. 2011.
- TRAVELAID. Disponível em <http://www.travelaid.org.uk>. Acesso em 22 jan. 2013.
- TURISMOSOLIDALE. Disponível em <http://www.turismosolidale.it>. Acesso em 23 jan. 2013.
- TURISMOSOLIDARIO. Disponível em <http://www.turismosolidario.com.br>. Acesso em 20 mar. 2013.
- TURNER, V. e TURNER, E. *Image and pilgrimage in Christian culture*. Nova York: Columbia University Press, 1978.
- THIOLENT, M. *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez, 2005.
- URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel / SESC, 2001.
- WULF, C. “O outro na perspectiva da educação intercultural”. In LOPES, C. M. (org.). *Representação e complexidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.