



**AMBIENTUR**

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

## **O TURISTA E A PERCEPÇÃO AMBIENTAL: A FOTOGRAFIA TURÍSTICA COMO BALIZADORA DE NOVOS HORIZONTES**

**Donaldo Hadlich** – e-mail: donaldoh@gmail.com  
Universidade Feevale, Curso de Turismo  
RS 239, 2755 - CEP: 93525-075 – Novo Hamburgo –RS

### **RESUMO:**

O presente trabalho aborda o turista e a sua percepção sobre o meio ambiente, acerca da atuação da fotografia turística como instrumento balizador na temática ambiental. E, por isso, fundamentos sobre a noção de fotografia turística aplicadas no contexto do turismo. A proposta destaca o papel da fotografia turística como mecanismo de percepção ambiental para o turista nos respectivos espaços naturais. A sua atribuição de registro de momentos e lugares, de credibilidade e legitimidade. Nesta perspectiva, pensar e suscitar reflexões sobre as relações funcionais da fotografia com o turista e seus novos olhares para com os ambientes naturais e o turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Fotografia. Meio ambiente. Turista.

### **ABSTRACT:**

This paper addresses the tourist and their perception about the environment , about the performance of tourist photography as base instrument in environmental issues . And so , the fundamentals of the notion of tourist photography applied within tourism . The proposal highlights the role of tourist photography and environmental awareness mechanism for the tourist in their natural spaces . Your assignment registration times and places , credibility and legitimacy. In this perspective , think and raise reflections on the functional relationships of photography with tourists and their new looks towards the natural environment and tourism.

**KEYWORDS:** Tourism. Photography. Environment. Tourist.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade turística tem apresentado um crescimento significativo nos últimos tempos. Conforme a pesquisa publicada no site da EMBRATUR<sup>1</sup>, apesar das incertezas no cenário econômico mundial, o número de turistas que viajaram pelo mundo no ano passado registrou um crescimento de 4,7% na comparação com 2013. Foram 51 milhões a mais de turistas em busca de conhecer novos lugares, visitar locais e sabores guardados na memória, descobrir outras culturas ou simplesmente visitar amigos ou fazer COMPRAS, conforme dados da Organização Mundial do Turismo (OMT). No total, o setor de turismo mundial movimentou mais de US\$ 1 trilhão no ano de 2014. No Brasil, atualmente, o turismo representa cerca de 3,6% do Produto Interno Bruto (PIB), empregando, direta e indiretamente, mais de 10 milhões de pessoas. O turismo estimula um desenvolvimento limpo e sustentável, que tem como princípio preservar para gerar renda. Além de forte alavanca econômica, diversifica referências históricas, culturais e sociais. Por outro lado, estimula também o desenvolvimento local, ao injetar bilhões na economia.

Em 2014, a entrada de divisas obtida com o turismo dos visitantes internacionais somou 7,476 bilhões de dólares. Conforme dados do Banco Central foram US\$ 6,914 bilhões com viagens internacionais, na conta turismo, e US\$ 562 milhões com a venda no exterior de passagens aéreas pelas empresas brasileiras de aviação. Na comparação com os principais produtos de exportação que geram receita para o Brasil, esse valor colocaria os serviços turísticos na quarta posição, à frente da receita obtida com venda de açúcar de cana, farelo e resíduos da extração de óleo de soja, carne de frango, café e automóveis de passageiros.

O Brasil é hoje um dos destinos turísticos mais completos do mundo, com ofertas que incluem os segmentos de sol e praia, ecoturismo e aventura, cultura, negócios e eventos, esportes e LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais). Temos roteiros e produtos turísticos de alto nível para agradar os diferentes públicos ao longo do ano. Nos últimos anos, a gastronomia também vem ganhando um importante papel. Em 2014, pesquisa feita durante a Copa do Mundo, mostrou que 93,2% dos visitantes aprovaram a culinária local, indicando que nossos pratos são elementos característicos da cultura brasileira.

Os dados da Organização Mundial do Turismo(OMT) mostram ainda que 2014 foi o quinto ano consecutivo de aumento no número de viajantes. Entre os continentes, o maior crescimento

---

<sup>1</sup> Ver mais em: EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo)  
[http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo\\_contribui\\_com\\_9\\_do\\_PIB\\_mundial.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html) (Disponível em 15 de abril de 2015).



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

foi registrado nas Américas, com um índice de 7%, Ásia (5%), Europa (4%) e África (2%) vêm em seguida. No ano passado, o setor de turismo contribuiu com 9% para o resultado do PIB mundial, 30% das exportações de serviços e 6% do comércio internacional.

A palavra *Turismo*<sup>2</sup> é, uma adaptação, termo francês *tourisme*, derivado de *tour* (giro, volta, passeio), e designa as viagens entre as localidades de um mesmo país (turismo interno) e entre países diferentes (turismo internacional). A terminação *ismo* no latim significa exotismo, vandalismo. De modo que o turismo pode, envolver objetivos diferentes tais como: lazer, negócios, ecoturismo, cultura, religião, dentre outros. Entretanto, existem diversas conceituações, do mais variados autores sobre Turismo. Segundo alguns especialistas, a definição sobre este, é dinâmica e virá de acordo com o comportamento sócio, cultural e econômico da humanidade. Para outros, o Turismo é uma atividade de consumo de bens e serviços. O Turismo pode ser compreendido também como uma atividade que reúne bens e serviços. Sobre isso, o pesquisador e consultor Otto di Beltrão, define o turismo como (...) *o conjunto de todas as atividades sociais, culturais, políticas, econômicas e naturais que envolvem pessoas se deslocando pelos mais diversos lugares em busca de outros destinos desconhecidos ou não, com uma permanência temporária* (BELTRÃO, 2001, p. 18).

Nesta perspectiva, o turismo está, relacionado ao consumo de atrativos de uma determinada localidade. Na sua obra “Comercializando um Destino Turístico”, Vânia B. Florentino Moletta (2000, p. 12) afirma que os atrativos são elementos que chamam atenção das pessoas sobre um determinado local, atraindo desta maneira os visitantes para ele. De modo que estes se encontram divididos em duas categorias, sendo estas: naturais e culturais. Os atrativos naturais são compreendidos pelos elementos que não sofreram alterações por meio do trabalho humano. Estes incluem cascatas, cânions, cavernas, dentre outras. Já os culturais são aqueles que sofreram interferência humana, sendo estes desta forma construídos e modificados pelo homem. Nestes, estão contidos, as estradas, as danças típicas, a gastronomia, as construções de casas e igrejas, as formas de manifestação religiosa, etc. Percebe-se desse modo, que através da interação do turista com os atrativos de uma região, ocorre as relações de troca entre este e a localidade. Em outras palavras, por meio do Turismo, as pessoas podem pertencer por um período a uma cultura diferente da sua. Sobre este tema, Otto di Beltrão, em seu livro “*Turismo a Indústria do Século XXI*”, ao citar diversos outros autores, como: BENSCHIEDT, BORMAN, MICHELE TROISI, ARRILAGA, DORIS RUSCHMANN, mostra-nos as diversas definições de turismo que é dada pelos mesmos. Para BENSCHIEDT, por exemplo, o turismo pode ser definido como: “*o conjunto de relações pacíficas e*



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

*esporádicas entre viajantes que visitam um local por motivos de interesses” (BENSCHIEDT apud in, BELTRÃO, 2001, p. 18).*

Desta forma, pode-se dizer que por intermédio do turismo, os indivíduos podem conhecer e até mesmo “descobrir”, outras formas de manifestações culturais. Nestas, estão presentes os traços característicos de uma cidade, bem como também, as características do povo existente no mesmo. As técnicas em empresas e atividades turísticas Isabel Mílio Balanzá e Mônica Cabo Nadal, em seu livro “Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos”, citam os autores BURKART e MEDLIK, onde estes, ao conceituarem o Turismo, o definem como "os deslocamentos curtos e temporários de pessoas para destinos fora do local de residência e de trabalho, e as atividades desenvolvidas durante a estada nesses destinos" (BURKART e MEDLIK apud BALANZÁ, 2003, p. 04).

Percebe-se, entretanto, que nestes deslocamentos, não estão inclusos os que são realizados pelos indivíduos por um período menor que 24 horas. De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), o turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas bem como as relações que surgem entre eles em lugares distintos de seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócios e outros. Contudo, apesar de haver uma grande quantidade de definições a respeito do turismo, todas elas, de um modo geral, relacionam o turismo, ao deslocamento com pernoite no destino pelo período mínimo de um dia, e também aos serviços oferecidos ao turista durante a sua estadia no local.

Os serviços que são oferecidos ao turista, vão desde a hospedagem, e alimentação, até o deslocamento do mesmo dentro da localidade. Estão implicados nestes ainda: os passeios, o comércio local, e os serviços de informações turísticas. Nesse sentido, pode-se afirmar que, no caso do turismo, os produtos podem e são caracterizados, pelos “locais de visitação” existentes na região, bem como, as formas de manifestação artística, cultural e religiosas existente nele. Neste contexto TABARES (apud in DIAS; AGUIAR, 2002, p. 74), define o produto turístico como aquele que é formado pelo “(...) conjunto de bens e serviços que o mercado oferece – para conforto material ou espiritual – na forma individual ou em uma gama ampla de combinações resultantes das necessidades, ambições ou desejos do consumidor ao qual chamamos de turista”.

O turista pode ser definido como, a pessoa que sai do seu local de residência por motivos de lazer, negócios, culturais, religiosos, etc. Sobre este tema, o pesquisador Luiz Renato Ignarra, na obra “Fundamentos do Turismo” ao fazer menção a OMT afirma-nos que, os viajantes consumidores

---

<sup>2</sup> Mary Sandra Guerra Ashton – Turismo: Seminários de Teoria do Turismo, Novo Hamburgo, Feevale, 2002/01.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

de serviços podem ser classificados como: turistas, excursionistas e visitantes. Segundo o autor, os visitantes dizem respeito as pessoas que não permanecem no local para o qual se deslocaram, enquanto que o turista ou excursionista é caracterizado pelo indivíduo que viaja e permanece (através do pernoite) fora de seu local de residência por um período mínimo de 24 horas. De acordo com a definição da Organização das Nações Unidas (ONU) do ano de 1954, o turista é:

Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com a finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração (ONU *apud in* IGNARRA, 2004, p. 15).

Para tanto, podemos perceber que alguns locais/regiões possuem, um grande potencial turístico, relacionado ao Turismo Ambiental, o Ecoturismo. Este surge, inicialmente a partir da motivação ou da simples curiosidade para descobrir, vivenciar e conhecer, de forma mais próxima, a experiência de estar em ambientes naturais. Seguindo neste sentido, de acordo com os pesquisadores Reinaldo Dias e Marina Rodrigues de Aguiar, a curiosidade é:

(...)elemento fundamental da motivação turística, leva os viajantes a observarem baleias no mar, experimentarem comidas exóticas nos mais diversos rincões do planeta, a observarem vulcões ativos e muitas outras atividades desenvolvidas nos lugares mais remotos ou nos grandes centros e que atendem, todos os anos, milhões de indivíduos (...)(DIAS; AGUIAR, 2002, p. 12).

Diante disso podemos dizer que, as pessoas possuem as mais diferentes razões, para “participarem” de algo que lhes “fuja” daquilo que lhes é considerado como habitual. O turismo pode, segundo DIAS; AGUIAR (2002, p. 29), “apresentar um número indefinido de vertentes, dependendo das motivações do viajante para empreender a viagem”. Nesse sentido o turismo desenvolveu os mais diversos tipos de segmentos, a fim de se “satisfazer” esse desejo que os indivíduos possuem, sendo alguns destes tipos de turismo: cultural, gastronômico, natural, rural, aventura, compras, negócios e religioso.

De acordo com os pesquisadores Reinaldo Dias e Marina Rodrigues Aguiar, o turismo natural “(...) engloba o ecoturismo, o turismo rural, etc” (DIAS; AGUIAR, 2002, p. 31). Seguindo neste sentido, o ecoturismo<sup>3</sup> é definido como o segmento que utiliza de forma sustentável<sup>4</sup> o

<sup>3</sup> Mary Sandra Guerra Ashton – Tipos de Turismo: Seminários de Teoria do Turismo, Novo Hamburgo, Feevale, 2002/01.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

patrimônio natural e cultural, incentiva a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista, promovendo o bem-estar das populações envolvidas. De opinião semelhante, o pesquisador Otto di Beltrão, explica-nos que o turismo natural “(...) consiste na prática do nudismo e respeito à natureza, em que as pessoas se relacionam por normas estabelecidas e obrigatórias” (BELTRÃO, 2001, p. 41). Segundo o mesmo autor, durante a prática do turismo ecológico procura-se “(...) desenvolver atividades voltadas ao esclarecimento da importância de preservar e criar alternativas econômicas sem destruir a natureza” (BELTRÃO, 2001, p. 47). A pesquisadora e professora Mary ASHTON<sup>5</sup> (2002/01) define o turismo rural como “(...) aquele voltado ao campo, de forma a integrar os visitantes à vida de colônias rurais, participando ativamente das atividades desenvolvidas pela vida campestre”. Neste contexto, DIAS; AGUIAR (2002, p. 107), completa que o turismo rural “(...) gira em torno de determinadas atividades agrícolas, especialmente a criação de animais”. Nesse sentido de acordo com os autores, o turismo rural/agroturismo pode ser compreendido como uma: “(...) viagem que envolve vivência em propriedades rurais, usualmente com o acompanhamento da rotina de trabalho destas” (DIAS; AGUIAR, 2002, p. 106).

Reinaldo Dias e Marina Rodrigues Aguiar explicam-nos em seu livro “Fundamentos do Turismo” que o turismo de aventura: “*não apresenta objetivos práticos, mas revela a curiosidade de conhecer regiões desconhecidas (na realidade pouco conhecidas), muitas vezes motivada por relatos verbais ou escritos*” (DIAS; AGUIAR, 2002, p. 29). Nesta perspectiva, de acordo com a professora de turismo Mary Sandra Guerra Ashton, o turismo de aventura pode ser definido como aquele que “tem por característica principal o risco”. Segundo ela, “é um turismo radical, pois testa a capacidade máxima de resistência das pessoas, levando-as ao limite de sua competência”.

## 2. OBJETIVOS

A utilização da imagem fotográfica dentro do universo turístico, pode viabiliza ao turista o acesso a uma determinada percepção do ambiente, natureza de uma localidade/região ou país. Por intermédio da fotografia, o turista motiva-se a experimentar, de forma mais direta, com experiências reais ou através dos registros de fotografias turísticas produzidas por fotógrafos profissionais em um

---

<sup>4</sup> A sustentabilidade diz respeito aquilo que visa atender os desejos e necessidades do turista, sem destruir os recursos naturais do qual o turismo depende.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

local, região ou país. Neste contexto, de acordo com a pensadora Susan Sontag, as fotografias ao retratarem uma determinada localidade "(...) oferecerão provas incontestáveis de que a viagem se realizou, de que a programação foi cumprida, de que houve a diversão. As fotos documentam seqüências de consumo realizadas longe dos olhos da família, dos amigos, dos vizinhos" (SONTAG, 2004, p. 19 – 20).

Seguindo por esta linha de pensamento, ao divulgarmos o segmento turístico natureza e caminhos rurais, por intermédio da fotografia turística, estaremos “mostrando” para o turista, que é possível descobrir novas percepções sobre o ambiental. A fotografia assinala o dinamismo e a multiplicidade das formas de expressão contemporâneas, no campo do turismo. Avançando no termo, poderíamos afirmar que ela é mais que uma manifestação visual, a fotografia turística não tem fronteira definida e reúne esforços muitas vezes nem sempre reconhecidos. A fotografia turística é uma das formas de expressão mais desafiadora, no turismo criativo.

O potencial turístico de cada localidade ou região acabam gerando, a partir da curiosidade ou de uma motivação, a vontade de descobrir, vivenciar, apreciar mais de perto, o objeto de desejo. A curiosidade vai ser o elemento fundamental da motivação turística, que fazem os turistas observarem grandes cascatas, praticarem escalas, visitarem parques temáticos, experimentarem trilhas rurais, deslocarem para os lugares mais remotos ou estarem em grandes cenários naturais. Um movimento que acontecem todos os anos, com a participação de milhões de pessoas. A fim de se satisfazer esse desejo que os indivíduos possuem, o turismo desenvolveu os mais diversos tipos de segmentos. Neste caso, o turismo pode ser segmentado, como por exemplo, por turismo natural, rural, aventura, entre outros. Nesta perspectiva, a região do Vale dos Sinos, Vale Paranhana e Serra oferece ao visitante uma grande diversidade de roteiros e atrativos turístico naturais. Diante dessa concepção, objetiva-se abordar uma reflexão sobre as relações funcionais da fotografia com o turista e a sua percepção de natureza e meio ambiente.

Ao conceituar a fotografia turística e o seu papel no turismo, podemos assinalar que ela mostra, revela, expõe, documenta, registra, arquiva. Ela dá informação e ajuda a credibilizar o relato visual relacionado ao turismo. A utilização de uma fotografia, no turismo, está condicionada ao seu ‘valor turístico’, plástico, informativo e funcional e que são usados para transmitir informação útil em conjunto com o texto que lhes está associado. A fotografia turística vai constituir uma atividade

---

<sup>5</sup> Mary Sandra Guerra Ashton – Tipos de Turismo: Seminários de Teoria do Turismo, Novo Hamburgo, Feevale, 2002/01.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

especializada empregada no turismo brasileiro e mundial. Ela requer, no seu desempenho, uma diversidade de conhecimentos e ações no ato de fotografar. Todo ato trata de selecionar e enquadrar elementos de uma determinada realidade, de modo que, registrados e fixados em um suporte (película ou cartão fotográfico), eles transmitam informação turística. Nesta perspectiva, o fotógrafo consegue produzir uma plasticidade na imagem fotográfica em decorrência dos efeitos de luz e sombra, assim como à relação entre a composição dos elementos fotografados e a sua espacialidade (o caráter bidimensional). Ele também vai pensar na profundidade, que se obtém pelo saber de emprego da perspectiva e dos planos fotográficos. E, também, o movimento, sugerido pelo uso e domínio das escalas de tempo de exposição, aberturas, sensibilidade empregados na capturas dos temas e/ou a disposição equilibrada ou desequilibrada dos elementos na cena, para acionar a noção de deslocamento.

Na fotografia turística, o papel de capturar, domesticar, controlar o visível cabe ao fotógrafo. O seu trabalho consiste, conforme Bernardo Pinto de Almeida, *“imprimir, pois, em cada imagem a marca de uma ordem, de um domínio, de um estilo, de um pensamento, numa palavra, de um olhar”* (ALMEIDA, 1995, p. 38). É interessante destacarmos a atuação do fotógrafo profissional, considerado aqui como um lugar de captação, condução, domesticação, apresentação, pontuação, interpretação, produção do visível(o fotografado), mediante a mobilização de vários elementos visuais e técnicos e que passam pela esfera do seu próprio olhar seletivo, interpondo-se entre o turista-consumidor e o real. A fotografia turística constitui, nesta perspectiva, um estatuto de construção da realidade, lugar de produção de sentido; considerando-o como um discurso de atualidade, como um dispositivo de produção da realidade. A ação da fotografia turística está voltada para a questão de dar sentido, do *fazer-ver*, do *fazer-criar* ou do *fazer-parecer-verdadeiro*.

### 3. METODOLOGIA

No turismo, a fotografia turística é produzida para mostrar, informar e documentar. Ela corresponde ao momento em que o fotógrafo compreende e, de certa forma, domina o seu objeto de trabalho, no caso, o seu tema. Portanto, ele domina e emprega a fotografia para destacar com segurança aspectos e situações marcantes de uma paisagem, natureza ou meio ambiente. Nesta perspectiva foi utilizado como metodologia a opção de uma pesquisa bibliográfica, com a finalidade de descobrir, analisar e relacionar questões que possam produzir reflexões sobre as relações existentes entre fotografia turística e roteiros turísticos. Como afirma Köche (2004, p.122), "a pesquisa



**AMBIENTUR**

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

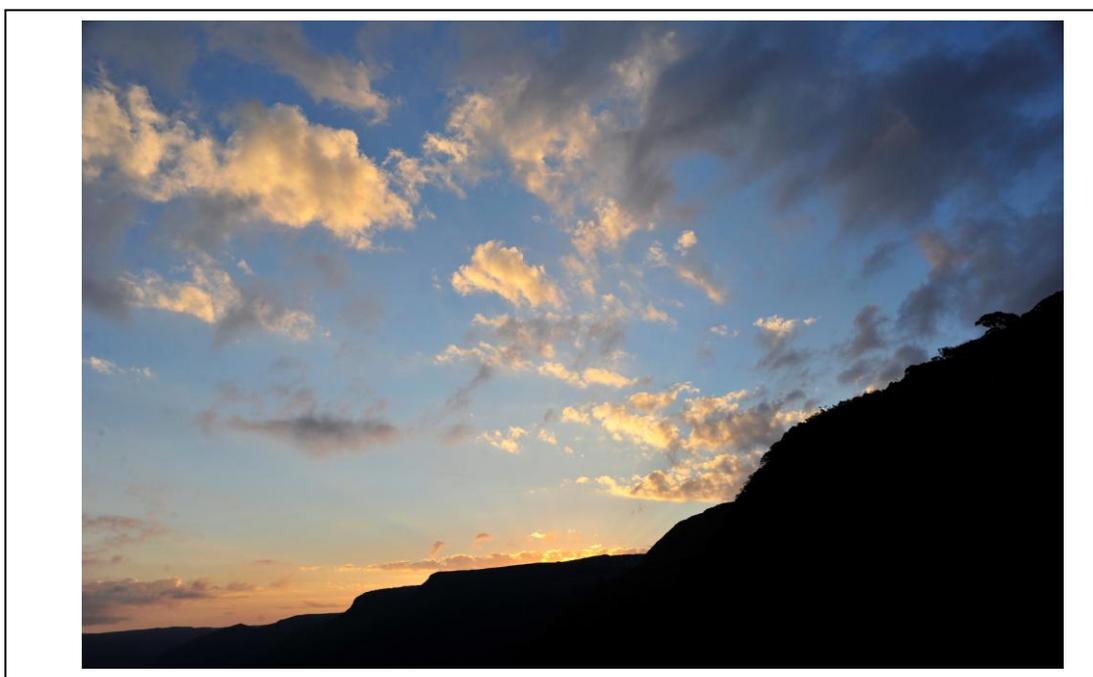
Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

bibliográfica é a que se desenvolve tentando explicar um problema, utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres". De todos os elementos que integram os instrumentos de divulgação e promoção dos produtos ofertados pelo turismo, a fotografia é peça essencial desse fenômeno.

#### 4. RESULTADOS OBTIDOS

Numa proposta inicial de pesquisa, a reflexão sobre o turista e a sua percepção ambiental, a fotografia assume um papel significativo cenário turístico e ambiental no campo do Turismo. Os resultados obtidos ainda constituem pequenas constatações e confirmações sobre a eficácia e o poder de credibilidade atribuído à imagem fotográfica. Através da fotografia, o turista e o fotógrafo profissional desenvolvem relações de sentidos. Na relação do aparato fotográfico e o olhar do turista-fotógrafo existe uma série de elementos e operações comuns que favorecem a identificação do olhar dele com o da câmara fotográfica e o meio ambiente. Tal identificação resulta em um forte sentimento da presença do mundo emoldurado na imagem fotográfica (o fotográfico), simultâneo ao saber do fotógrafo sobre a sua ausência. Em outras palavras, trata-se da representação em imagens fotográficas e não das próprias coisas.



**Figura 01:** Paisagem do final de tarde em Cambará do Sul



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

Trata-se de considerar a fotografia turística como “extensões do homem” a maneira de McLuhan. O aparato, como extensão de nossos sentidos, traduz o olhar fotográfico como a extensão da visão do homem. Nas palavras de *McLUHAN (1999, p. 72)*, “*estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam*”. O turista captura imagens, fragmentos de atrativos naturais, o ambiente. O fazer fotográfico condiciona o turista, no ato do estar presente, de vivenciar a natureza. As implicações deste ato acarretam em percepções. Neste momento, o turista adquire novas percepções sobre o ambiente e o seu entorno. A cada nova imagem fotográfica, o registro captura a beleza de cascatas, rios e lagos. O turista contempla e, ao mesmo tempo, formula o raciocínio da importância de preservar, cuidar e manter esta a beleza natural do atrativo. Apesar de prematuro, o turista edifica um pensamento e uma nova percepção ambiental, desta experimentação. A fotografia imprime um novo olhar, uma percepção, um pensamento sobre o fotografado, mesmo que seja prematuro e incipiente.

## 5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A aplicação da fotografia no fenômeno turismo auxilia na visibilidade de um determinado atrativo de uma localidade ou região. Através desta visibilidade gerada pela fotografia turística, desperta no turista e o motiva a experimentar novos roteiros turísticos, de forma mais estreita, os novos espaços e ambientes naturais de uma ou mais região.

Ao retratarem uma determinada localidade, as fotografias oferecerão provas incontestáveis de que “*a viagem se realizou, de que a programação foi cumprida, de que houve a diversão. As fotografias dos turistas eternizam momentos, lembranças de um lugar. Por sua vez, a fotografia turística pelo viés do fotógrafo profissional a imagem documenta seqüências e percepções visuais consolidadas.*”

A análise poderia ser mais aprofundada, com novos exemplos, entretanto, ao demonstrarmos a presença de alguns elementos que sinalizam para a fotografia aplicada no turismo contemporâneo, acreditamos, termos colaborado para a percepção dos movimentos fotográficos atuais. E, por fim, com um olhar otimista, esteja contribuindo ao turismo brasileiro no engendrar de novas formas de expressões estéticas, criativas e eficazes, que estimulem o cotidiano real ser mais coletivo, mais social e promissor para todos nós.



# AMBIENTUR

II SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL  
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

Turismo, Desenvolvimento e Sustentabilidade  
- Mitos e Realidades

11 a 13 de maio de 2015 | Auditório UCS - Canela/RS

## 6.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livro

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

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1999.

BELTRÃO, Otto di. **Turismo a Indústria do Século XXI**. São Paulo: Novo Século, 2001.

BUSSELLE, Michael. **Tudo sobre fotografia**. São Paulo: Editora Pioneira, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

DIAS, Reinaldo & AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. São Paulo: Editora Alínea, 2002.

DI-BELLA, Manuel Gurría. **Introducción al turismo**. México: Trillas, 2001.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro, Editora Relume/Dumará, 2002.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem**. 11ª edição. São Paulo: Editora Cultrix, 1999, p. 239.

MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

SONTAG, Susan **Sobre Fotografia**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2004.

TRIGO, Thales. **Equipamento fotográfico: teoria e prática**. São Paulo: Editora SENAC, 2003.