

## MAPEANDO IMAGENS TURÍSTICAS: O MÉTODO CARTOGRÁFICO EM PESQUISA DE TURISMO

André Riani Costa Perinotto<sup>1</sup>

### RESUMO

O objetivo desse trabalho é apresentar o método cartográfico, utilizado em estudos de comunicação, para o uso em pesquisas aliando o turismo e a comunicação. Buscou-se explicitar tal método, seu uso e sua aplicabilidade. Nesse método, ou metodologia cartográfica, o pesquisador busca a imersão no objeto estudado, passeando como um *flâneur* para se aprofundar nas relações. Não se propondo somente a construir mapas, mas a investigar essas relações, alternativas e entrelaçamentos presentes nos caminhos-objetos e que, na academia, pode ser visto como um modelo de se fazer pesquisa. Em específico, nessa pesquisa, as considerações finais corroboram que o uso de tal metodologia foi essencial para a busca da pergunta central.

**PALAVRAS-CHAVE:** METODOLOGIA CARTOGRÁFICA. TURISMO. COMUNICAÇÃO. IMAGENS FOTOGRÁFICAS.

---

<sup>1</sup> Graduação em Turismo (Bacharelado) pela Universidade Metodista de Piracicaba. Especialista em Docência para Ensino Superior em Turismo e Hotelaria pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC/SP. Mestre em Geografia (Organização do Espaço) pela Universidade Estadual Paulista - UNESP/Rio Claro. Doutor em Ciências da Comunicação (Processos Midiáticos) - UNISINOS/RS. Professor Adjunto - D.E. (Efetivo) - Curso de Bacharelado em Turismo da UFPI - Universidade Federal do Piauí (Parnaíba). E-mail: perinotto@ufpi.edu.br

## INTRODUÇÃO

Neste artigo, buscou-se apresentar uma nova abordagem nos estudos de turismo e comunicação, aliando as imagens fotográficas e sua circulação entre as mídias, com o foco nos procedimentos metodológicos basilares para responder ao problema de pesquisa: como estudar as imagens contidas nas mídias e a circulação entre essas mídias? Para tanto, explicita-se<sup>2</sup> sobre quais os passos que se buscou nas escolhas e os motivos dessa caminhada.

Assim, tentou-se conceber como método a aproximação simultânea do problema de pesquisa a partir de três frentes, quais sejam:

- aproximação metodológica: fomentada por contatos com o empírico, consistindo em um pensar metodológico que avança em paralelo com incursões ao campo, e não, como é bastante comum na pesquisa científica, por antecipação;

- aproximação teórica: é também articulada a partir de contatos com o empírico. Os pontos nos quais deve haver certo aprofundamento definido pelo problema-objeto e trabalhos científico/acadêmicos que tratem do objeto da pesquisa;

- aproximação com o empírico: identificando neste as articulações do que é problematizado para, em um segundo momento, aferir o que foi construído no campo teórico.

Isto posto, antes de se falar sobre os passos dados da pesquisa, faz-se uma referência sobre método. O termo “método” surge para se referir a um caminho a ser feito, assim podendo indicar os passos que o pesquisador irá escolher para fazer seu estudo (sua pesquisa).

Segundo Rosário:

---

<sup>2</sup> Fundamentaram-se os seguintes temas: cartografia e comunicação; cartografia como método.

[...] o paradigma do método se constitui pela organização do modo de agir do cientista mediante modelos que colocam à parte tudo que não é da ordem do científico. O termo 'modelo', inclusive, indica a existência de um molde exemplar e padronizado capaz de reproduzir uma estrutura e permitir que ela seja visibilizada, reproduzida e, conseqüentemente, estudada. Como tal, ele serve de cópia e é assim que tem sido usado mais comumente nas ciências. O método, na maioria das vezes, produz um modelo padrão que, confirmado pela capacidade de atingir os resultados esperados (e desejados), é copiado e reproduzido em um grande conjunto de pesquisas e aplicado a diferentes objetos sem considerar suas especificidades. O uso de um padrão rigoroso possibilitaria que a subjetividade, as experiências pessoais e a intuição não atrapalhassem o trabalho científico, mas, sobretudo, garantiria que sua aplicação obteria resultados e estaria adequada aos propósitos da ciência. Nesse processo, o pesquisador alcançaria a verdade. Ilusão bem engendrada. O que desestabiliza o modelo é o fato de ignorar as especificidades de cada objeto e de cada problematização, em detrimento do funcionamento perfeito e da falsa idéia de que o percurso oferecido pode levar à verdade e à realidade [...] (ROSÁRIO, 2008, p. 128-129).

Organizar e adotar um conjunto de procedimentos para desenvolver uma investigação é, sem dúvida, essencial; contudo, não é verdadeiro o argumento de que o sucesso da ciência se deve unicamente a métodos e a metodologias uniformes e padronizadas. Feyerabend (2007 *apud* ROSÁRIO, 2008) pergunta se realmente deve-se crer que as “regras ingênuas e simplórias que os metodólogos tomam como guia são capazes de explicar tal labirinto de interações”.

Ainda, segundo Rosário (2008, p. 200),

Por outro lado, modelos prontos são aparentemente mais seguros porque trazem consigo o capital simbólico de metodólogos que detêm autoridade e reconhecimento. Além disso, são mais rapidamente aplicáveis, já que eliminam as etapas de reflexão, de criação, de testes e de revisão. Mas, exatamente por isso, são muitas vezes limitadores e engessadores.

Rosário (2008) coloca que o fato de a ciência ter-se pautado por regularidades, ordenamentos, regramentos e universalidades levou a que fossem ignoradas minorias, diferenças, multiplicidades em prol de certezas e de verdades. Em contrapartida, fenômenos teóricos e metodológicos dignos de estudo se constituem a todo o momento e exigem pontos de vista originais em procedimentos, percursos e reflexões. Conforme Feyerabend (2007 *apud* ROSÁRIO, 2008):

Há estudos das várias tradições [...] que influenciaram cientistas e deram forma à sua pesquisa; eles mostram a necessidade de um tratamento do conhecimento científico que seja mais complexo do que aquele que emergira do positivismo e de filosofias similares.

Mesmo que a rigidez e a ordem hegemônica dominem o ambiente científico, Feyerabend (2007 *apud* ROSÁRIO, 2008) observa que “estamos bem longe da velha ideia de ciência como um sistema de enunciados desenvolvendo-se por meio de experimentação e observação e mantido em ordem por padrões racionais duradouros”.

As trajetórias do campo comunicacional, com seus mitos e suas realidades, vieram apontando não apenas para suas tradições, mas também para outras potencialidades capazes de fazer a diferença. A partir da virtualidade da ciência começam a se revelar atualizações de proposições teóricas e metodológicas que se distinguem das demais. Elas podem tanto ser produto do desdobramento dos caminhos da própria ciência, como ser fruto da invenção sobre ela (ROSÁRIO, 2008).

A cartografia pode ser considerada uma dessas atualizações ou desdobramentos criativos. Ela se desprende dos mitos da ciência em vários aspectos, entre os quais (adaptado de ROSÁRIO, 2008, p. 206):

- a) não se declara neutra, pelo contrário, é parte do objeto;
- b) procura tensionamentos, subjetivações e afecções;
- c) não toma distanciamentos, mas se aproxima do que vai ser estudado, refletindo-se nele;
- d) não se constrói sobre modelos metodológicos prontos, mas sobre a trajetória do pesquisador;
- e) não propõe a busca da verdade, e sim um caminhar, um ponto de vista sobre o mundo, procurando conhecimentos, suas versões e sua expressividade.

“A própria escolha do tipo de projeção a ser usada é fruto da ideologia – do dominador ou do dominado. Portanto, trata-se de uma ferramenta profundamente

comprometida. Os mapas<sup>3</sup> refletem, muitas vezes, o conjunto de valores do autor” (ROSÁRIO, 2008, p. 206). Ainda de acordo com Rosário (2008, p. 211):

Um dos pontos de sustentação da cartografia é a conexão densa que estabelece entre novos olhares à pesquisa científica e a eliminação da rigidez do método. Alterando a forma de mediação entre o cientista e a natureza, a ela se alia a subjetividade – o que não podia acontecer na ciência moderna. Já a linha de reflexão que parece mais se adequar à cartografia é aquela que trata o objeto, primeiramente, na sua complexidade inerente. Desse modo, acolhe a idéia de que o processo de conhecimento do objeto e o próprio objeto são indissociáveis. Da mesma maneira, aceita que o método e os procedimentos metodológicos precisam ser desenvolvidos, revisados e, por vezes, recriados na intersecção com o objeto.

É importante que se observe que da cartografia não se espera um método científico enrijecido e finalizado. “De forma alguma pretendemos ao título de ciência. Não reconhecemos nem cientificidade, nem ideologia, apenas agenciamentos” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 34). A cartografia pode ser entendida como um procedimento, como um método ou como uma metodologia, a depender do âmbito que ela ocupa na pesquisa e das intenções do pesquisador com o seu uso (ROSÁRIO, 2008).

Corroborando com as escolhas e os passos traçados no trabalho da pesquisa Rosário (2008, p. 219) coloca que:

A proposta cartográfica pode ser, também, uma forma para perceber a comunicação na contemporaneidade, buscando novas perspectivas, aceitando caminhos diferentes, traçando percursos alternativos, permitindo as subjetividades e, mais uma vez, não se deixando dominar pelos mitos. Nessa via, uma reflexão cartográfica permite que, paralelamente aos mundos da pesquisa já existentes, sejam criados outros panoramas, novas paisagens e múltiplos cenários.

<sup>3</sup> Com relação às palavras mapa e carta que surgirão no trabalho, acompanha-se a explicação de que, em português, como os dois vocábulos coexistem, carta e mapa têm, praticamente, tudo em comum. A tradição na língua portuguesa, entretanto, não permite que se chame mapa o documento ligado diretamente à navegação ou de cunho oceanográfico. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) dá a seguinte definição ao termo mapa: "Representação gráfica, em geral uma superfície plana e numa determinada escala, com a representação de acidentes físicos e culturais da superfície da Terra, ou de um planeta ou satélite". Já a palavra carta tem a seguinte explicação: "Representação dos aspectos naturais e artificiais da Terra, destinada a fins práticos da atividade humana, permitindo a avaliação precisa de distâncias, direções e a localização plana, geralmente em média ou grande escala, de uma superfície da Terra, subdividida em folhas, de forma sistemática, obedecida um plano nacional ou internacional". Como, no caso desse trabalho, não trabalhou-se com mapas de navegação, acredita-se que possam ser utilizados os dois vocábulos juntos, para dar mais clareza ao leitor.

Assim, a ideia inicial dos procedimentos dessa pesquisa foi a de agrupar imagens fotográficas turísticas diversas sobre a região escolhida e ver como elas aparecem e surgem circuladas nas mídias selecionadas, nesses distintos registros fotográficos. Assim, o roteiro do *corpus* que foi observado é o seguinte:

- Cartões postais – Ao todo foram coletados vinte e cinco cartões postais, sendo desses: quatorze cartões publicados e veiculados pela prefeitura municipal de Parnaíba (PI) e onze cartões de uma gráfica da cidade (são os únicos disponíveis, atualmente, na cidade). O cartão postal é uma mídia única e específica aos turistas, importante e observável. Para a configuração analítica e de discussão dessa mídia foram realizadas leituras de uma coletânea de artigos científicos da Intercom (que já foram publicados em versões passadas do evento e de sua revista), outros textos da coletânea de referência bibliográfica foram obtidos em *sites* internacionais sobre cartões postais (*postcards*).
- Imagens fotográficas produzidas por empresas de turismo (em *folders*) – para verificar quais as paisagens e os roteiros produzidos e vendidos pelas agências aos turistas – “roteiros turísticos do receptivo”.
- Imagens fotográficas produzidas e postadas por turistas, obtidas em *sites* da Internet, como *blogs*, *flogs*, em alguma “comunidade ou perfil” na rede social virtual, onde já foi observado o *Multiply* (em um trabalho produzido para a disciplina de “Mídias, identidades culturais e cidadania”, onde pode-se observar algumas fotos postadas e que já produzem certo circuito específico e uma circulação própria).

Os circuitos dos postais e dos *folders* de agências de viagens são os circuitos básicos, já preexistentes. E o terceiro e grande circuito, Internet, que faz parte dos outros dois circuitos, do “eu fui lá” (dos turistas, aliás, já afetados relativamente pelas empresas de Turismo, que levou esse turista a um determinado passeio, para ver e observar determinada paisagem).

As análises dos observáveis, nessas fotografias, foram feitas conforme pede a metodologia da cartografia, não como categoria de classificação estanque, mas essas classificações foram surgindo conforme foram feitas as observações e as análises das

mídias e das imagens que iam surgindo a partir dessas mídias. Assim, as classificações ficaram em função das:

- diferentes mídias em que elas são reproduzidas;
- paisagens e dos locais (atrativos turísticos) fotografados e das prováveis repetições dessas paisagens fotografadas.

Após isso, foram realizadas as separações das imagens dos locais (pontos/paisagens) e o exame do modo como elas conversam e se distanciam. Essas aproximações das imagens fotográficas servem para tal seleção como uma forma de observar, nas diferentes mídias, a circulação acontecendo. Confia-se que, com essas classificações que surgiram, foram observadas para dar mais clareza na diferenciação das imagens e, assim, fora esclarecendo a busca constante pela circulação das imagens fotográficas, nas distintas mídias.

Para tanto, algumas variações da tipologia foram observadas nessas imagens fotográficas, seguindo com indicadores que fossem surgindo, como:

- Diurno ou noturno;
- Aparecem pessoas ou não – Presença Humana como foco da imagem;
- Locais urbanos ou locais naturais, ou ambos na mesma imagem;
- Praias;
- Delta.

Os aspectos relevantes em que essas classificações foram definidas, ou foram surgindo, se devem ao fato de que, ao olhar as imagens fotográficas, buscou-se certa circulação das imagens, das paisagens, das fotografias. Muitas vezes os turistas buscam se imaginar dentro dessas paisagens, ou mesmo como essa fotografia foi tirada, ou, além disso, quais aspectos poderiam chamar mais a atenção desse potencial visitante. Assim, o tratamento dessas tipologias, ou classificações, pode se repetir, ou não, em outras imagens da mesma mídia, ou mesmo em mídia distinta da que foi observada.

Pensou-se nessa forma de classificação, nos moldes dos indicadores que fossem surgindo, pois no método cartográfico, como visto anteriormente, teve-se que visitar, “viajar” sobre os objetos empíricos, para que eles trouxessem o que procurou-se, fazendo assim com que o método tenha um fluxo.

Vale ressaltar que as imagens utilizadas na pesquisa não foram produzidas através da pesquisa, mas montaram-se mapas (diagramas) com essas observações e análises das imagens fotográficas surgidas nessas mídias. O tema da cartografia, portanto, é um tema de interesse metodológico. Discute-se, a seguir, a noção de cartografia que foi importante para elaborar o discurso metodológico. Dentro disso é que foram aparecendo, para a descrição, apresentação e justificativa dos recortes pontuais, um ou outro regime de imagens, que foram levantados e acompanhados.

A coleção conjunta de imagens turísticas envolve uma diversidade de relações entre imagem e lugar/ambiente turístico – as relações mantidas por Prefeitura, por agências de turismo e pelo próprio turista. Assim como há diversidade de relações, há variação de olhares. Os vários olhares podem ser considerados “de perspectiva turística”, mas essa “mesma” perspectiva comporta pontos de vista diferenciados. Assim, aparece também a variação de circuitos pelos quais tais imagens circulam – cada um deles, naturalmente, fazendo coisas e processos diferenciados. Esses três ângulos de construção do objeto (relações imagem/lugar, pontos de vista e circuitos), são previstos como componentes de um processo de circulação mais amplo, que os relaciona.

O que articula o observável é a decisão de trabalhar circuitos comunicacionais, uma vez que foram escolhidos alguns deles. Logo, investigar os processos que ocorrem nestes circuitos – que são naturalmente comandados pelos pontos de vista variados – constituem diferentes relações (o que significa estudar variações, diversidade). Paralelamente, como se percebe, a existência de articulações entre os diferentes circuitos – articulações que são estabelecidas pelo macro-objeto comum (turismo) e pelo objeto de pesquisa específico (imagens de Parnaíba) – levou a que se investigasse o processo de circulação que desenvolve tais articulações e como estas se fazem.

Em todas as alternativas, procurou-se desenvolver uma sistemática de observação de tais coleções de fotos com duas preocupações principais: que estejam relacionadas com a problemática e que possam funcionar como uma estratégia de (olhando sistematicamente as fotos) busca de indicadores que favoreçam responder ou descobrir coisas sobre as perguntas. Esse deve ser o núcleo principal (e prático) de uma metodologia de abordagem: relacionar um trabalho de observação a um problema, como

processo para descobrir coisas sobre o objeto. A metodologia utilizada em uma pesquisa é, sem dúvida, o alicerce de um trabalho, pois sem ela não existe pesquisa e se torna muito difícil ao pesquisador responder o seu problema.

## O MÉTODO CARTOGRÁFICO NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO

Na pesquisa, a opção pela cartografia implicou, entre vários movimentos, a observação do fluxo das imagens fotográficas em si. O recorte deixou de ser feito sobre certos formatos e foi feito em termos de determinado tempo (definido em função da processualidade e dos prazos). Assim, o trabalho passou a ser também a cartografia dessas imagens fotográficas – nesse caso da pesquisa, fotografias em mídias distintas da cidade de Parnaíba –, com uma preocupação de se afetar, perceber as forças e movimentos presentes nessas imagens fotográficas e nessas distintas mídias, buscando os circuitos e a circulação ocorrida das imagens fotográficas nessas mídias.

O trabalho buscou uma reflexão do ponto de vista metodológico, considerando a desconstrução e o rizoma como inerentes à cartografia e essenciais para a articulação do problema de pesquisa. A cartografia é defendida como método, e também como filosofia para a reflexão metodológica e a articulação dos procedimentos para encaminhar cada problema de pesquisa existente. De acordo com Fischer (2008), o cartógrafo (pesquisador) constrói um mapa do que observa, considerando forças, movimentos, aberturas, articulações e linhas de fuga, verificados no terreno.

A história da cartografia, de acordo com Aguiar (2008), traz como sentido etimológico o de “carta escrita”. Por alguns anos, o termo “cartografia” ficou restrito ao campo da geografia, mas atualmente não é possível pensar nela apenas como a “ciência ou arte de compor mapas e cartas”, pois passou a ser vista também pelo prisma do que convencionou-se dizer de filosofia da multiplicidade, ou seja, a cartografia busca em diferentes territórios as especificidades necessárias para compor uma área dinâmica.

A cartografia aqui trabalhada não se propôs somente a construir mapas (para uma ilustração dessa cartografia), mas a investigar relações, alternativas e entrelaçamentos presentes nos caminhos-objetos e que, na academia, pode ser visto

como um modelo de se fazer pesquisa. Ela assume relevância na pesquisa, pois o que se espera não é apenas uma coleta de dados, mas a possibilidade de produzir em cima dos dados já existentes.

A ideia de trabalhar com uma metodologia/método que contemple o “trânsito” pode ser associada ao conceito de cartografia, proposto por Martín-Barbero (2004), que se chama “mapa noturno”. Além dele, outro autor, Santos (2002), coloca a necessidade de atentar para fixos e fluxos, para a consideração do tempo na observação. Assim, Santos (2002) provoca seu leitor a entender o objeto de pesquisa como território a ser percorrido e analisado com um olhar atento, assim como uma exploração geográfica.

Por esses motivos, dos parágrafos anteriores, considera-se que, para fazer o estudo diante da circulação das imagens fotográficas em diferentes mídias, ao espacializar essas imagens como um território e ao escolher fotografias de paisagens, buscou-se certa exploração geográfica dessa circulação.

Assim, Farina descreve que:

Uma cartografia busca traçar os movimentos sucedidos em um terreno subjetivo, provocados por conjuntos de intensidades que o invadem, atravessam, abalam, transformam. Cartografar esses movimentos tem a ver com a prática que lhes dá visibilidade e sentido. Uma cartografia problematiza um território subjetivo, investiga-o processualmente, sem representá-lo, sem interpretá-lo. Esse método de pesquisa não pretende apreender ou imobilizar ditos movimentos, mas pensar seus efeitos enquanto eles acontecem, como também, seus rastros pelo terreno. É um método em processo de criação afinado com o seu objeto de investigação [...] (FARINA, 2007, p. 04).

A cartografia busca, em diferentes “regiões”, as especificidades para compor um olhar, busca perceber as dinâmicas, os circuitos, os fluxos e as intensidades que se mostram nas imagens fotográficas.

Um exemplo de pesquisa com o procedimento metodológico na perspectiva da cartografia é o de Fischer (2008), em que a autora trabalha em uma viagem exploratória que principia com o que Bergson (1999) chama de ampliação da memória e fuga da necessidade de agir no presente. Fischer trata de perceber o objeto de pesquisa e dele se aproximar de uma forma específica. Demanda pelo próprio objeto em interação com o pesquisador que poderá diferir radicalmente daquilo que, no princípio, foi considerado.

Por esse motivo é interessante não se prender em hipóteses prévias na cartografia. Assim, de acordo com Fischer (2008), esse movimento implica estar aberto para mudanças, inclusive no próprio objeto de pesquisa. Ideia essa que se compartilha durante as seleções de imagens e as observações nas mídias selecionadas, buscando esses movimentos, estando abertos para mudanças de fluxos e fixos, dentro da demanda que a circulação de imagens trouxe.

Como procedimento novo para pensar a comunicação e que rompe com muitos dos paradigmas mais enraizados da ciência, a cartografia, por vezes, tende a ser considerada como um procedimento sem rigor ou sem consistência. Contudo, espera-se que não é assim que ela se configura. Segundo Rosário (2008), a cartografia não é apenas um desenho do objeto, ela vai muito além disso. Justamente pelo viés qualitativo e pela conexão atenta ao objeto, busca o discernimento de aspectos e de processos que comumente não são apreendidos por um olhar previamente direcionado. Ela pode propor a dissolução dos caminhos e de alguns sentidos codificados.

Assim, a cartografia busca, de certo modo, desconstruir os discursos de verdade estabelecidos, tensionando linhas de força, capturando o novo, buscando a alteridade e o que é negado ou está escondido. Dessa forma, ela desacomoda a pesquisa que determina os objetos, modela os métodos e direciona os sujeitos (FISCHER, 2008).

Porém, um dos obstáculos que se fez visível no cartografar, quando esse é trazido à comunicação, é o da composição do mapa, já que este não é apenas uma cópia ou uma reprodução. Segundo Rosário (2008), além disso, não há um modelo a ser seguido e aplicado na sua construção, tampouco um roteiro com os passos a serem dados. Assim, a cartografia precisa contar com a invenção, já que ela impele o pesquisador a criar a sua própria forma de fazer pesquisa; conduz à elaboração de um roteiro particular que contemple as especificidades do objeto; arrasta o investigador por diversas perspectivas do objeto: amplitudes, intensidades, extensões, tensões, fluxos e proporções.

Invenção essa que levou-se para caminhos novos, na questão das observações, das tensões das imagens e nos caminhos dos circuitos dessas imagens nas diferentes mídias que foram selecionadas.

Segundo Fischer (2008), “não podemos dizer que as cartografias se tratam de método pronto, e sim de uma janela que abre para que o pesquisador constitua seu próprio método de se mover e se deixar afetar”.

Uma observação intrigante nessa metodologia, pois as postagens na Internet das imagens fotográficas eram feitas pelos produtores e se, por algum motivo, houvesse a retirada dessas imagens nessa mídia, o tempo de pesquisador poderia ser atingido, conforme está na metodologia da cartografia.

De acordo com Rosário (2008, p. 216-217):

A cartografia leva inevitavelmente à conexão entre investigador e objeto e ocorre uma interpenetração, nem um nem outro continua o mesmo, estão modificando-se mutuamente. A essência do processo surge, justamente, nessa junção (objeto-cartógrafo): no entre ou na dobra. Martín-Barbero (2004), nesse sentido, escreve sobre pregas, intervalos, intertextos como expressão da organização do cartógrafo. Ao perambular pelos domínios do objeto, o pesquisador se pauta pelas suas percepções e intuições, pode, também, considerar os princípios, os critérios, as regras e o roteiro. Martín-Barbero (2004) compreende esse sujeito num entre: viajante e nômade que pratica um exercício artesão.

Coube, portanto, deixar-se afetar por aquilo que percebeu-se e que se foi sensível. O mergulho é um dos recursos do cartógrafo; imersão no objeto, nas linguagens, nos afetos, nas tramas. Assim buscou-se essa imersão ao focalizar a circulação dessas imagens fotográficas.

A cartografia demanda que o pesquisador se assuma como parte da pesquisa. É imprescindível falar do objeto, mas também de como o objeto é visto no aspecto de quem o vê. Foi tentando nessa noção, nessa postura ou ainda nessa bagagem que se constitui, não nos primeiros momentos de pesquisa e sim a partir de uma observação preliminar do objeto, a observação, que estava inicialmente desenhada dentro de parâmetros bastante convencionais, considerando o domínio observado como estanque, parado e desvinculado dos pesquisadores. Contudo, uma série de provocações que partem do objeto, tanto quanto dos pesquisadores e das circunstâncias vividas, fez-se adotar a perspectiva cartográfica. Era como se a proposta metodológica inicial não fosse capaz de dar conta da riqueza do objeto.

Considera-se que o trabalho foi criado de acordo com a amplitude que a pesquisa apresenta e com o grau de intensidade que o investigador e sua amostra são capazes de suportar. Segundo Rosário (2008), o critério é responsável por organizar as escolhas e as direções, porém precisa estar sempre aberto à recomposição; é construído a partir de marcadores lógicos sem excluir a afecção e a sensibilidade. Por mais bem intencionada que seja a sua criação, esta é, todas às vezes, uma baliza de julgamento, um parâmetro que vai gerar inclusões e exclusões, tanto teóricas quanto metodológicas e sociais. Contudo, o critério é necessário para iniciar e dar um traçado ao percurso, bem como para encontrar tensionamentos, multiplicidades e focos, decidindo por onde seguir. Pode ajudar a compartilhá-lo desde o início, tornando-o explícito e relatando suas linhas de fuga.

De acordo com Rolnik (2006), o que fundamenta o princípio do cartógrafo deve estar ligado a uma razão vitalizante. Ainda, Rosário (2008) expõe que no campo da Comunicação vale refletir sobre as causas e as metas que movem as pesquisas da área e, desse modo, a forma como os princípios dos pesquisadores são constituídos e aceitos.

A presença da subjetividade na cartografia (e na pesquisa em geral) foi fato, segundo Rosário (2008, p. 216):

Contudo isso não significa o envolvimento do cartógrafo com o objeto a tal ponto de não haver discernimento. A observação minuciosa e atenta é fundamental, só ela poderá capturar a diferença. É nesse exercício que vão ser gestadas as ponderações teórico-metodológicas sustentadas pela argumentação, comprometidas com as lógicas do objeto e com a coerência das reflexões sobre noções e conceitos. Se for no fazer cartográfico que os aspectos interessantes são enlaçados, não quer dizer que a pragmática é realizada sem a reflexão anterior do cartógrafo.

Assim, conforme Rosário (2008, p. 208):

A regra compõe outro dos elementos possíveis de considerar no fazer cartográfico. O que se revela importante é o fato de que ela não é configurada por um viés de medidas, padrões e modelos, mas nasce da sensibilidade do corpo vibrátil do cartógrafo. Deste modo o rigor se constrói, então, na conexão com o objeto, o pesquisador, o princípio, a proposta da investigação. É possível que a regra seja abarcada pela subjetividade e pela intuição que vão ao encontro das singularidades do objeto, mas oferecem variantes que refugiam também a objetividade e a sistematização, tendo em vista o modo como o caminho se apresenta. Portanto a regra ajuda, ainda, a delinear táticas e norteiam sobre como reger o procedimento.

Para Rolnik (2006), o teor dá elasticidade a entrada e ao discernimento e se junta em uma singular: a regra de prudência, segundo Rosário (2008), isto é, estar continuamente prevenido e ponderando os limiares que se apresentam. Assim, desse modo, Rosário (2008) diz que o que orienta a cartografia em termos de regras são os limites que se dão a ver, as fronteiras que se mostram no campo e nas relações com os sujeitos e objetos. É interessante pontuar a experiência cartográfica como uma busca pelo aprofundamento do modo de olhar o objeto e de fazer pesquisa. A cartografia faz realmente o corpo do cartógrafo/pesquisador acabar com o mito das fórmulas prontas, assim, “cartografar é seguir o movimento de exceções<sup>4</sup> que se conectam e produzem desvios ao invés de regras e, a partir daí, novos movimentos. A cartografia é um terceiro que se produz, podendo se conectar a outros, infinitamente” (KIRST *et al.*, 2003).

De acordo com Guidotti (2007, p. 121):

O interessante na cartografia é que ela é sempre irrepetível, porque os movimentos são outros e, portanto, as vivências e intensidades são também outras. Cada desenho gerado por uma cartografia pode servir a outros viajantes, mas a viagem sempre será singular, pois a cartografia é, sobretudo, movimento.

A cartografia, para os geógrafos, é um movimento que acompanha as transformações da paisagem, ou seja, não apresenta o elemento estático que compõe o mapa. O cartógrafo desenvolve um desejo de apropriação da paisagem através de um impulso que aponta não para a revelação dos sentidos, mas para a criação dos mesmos, ele surge assim como uma espécie de antropófago, pois “vive de expropriar, se apropriar, devorar e desovar, transvalorado. É através dos olhos do cartógrafo que a paisagem ganha discursividade” (ROLNIK, 1989, p. 67).

No seu movimento, o cartógrafo/pesquisador abre mão de um mapa que coincida perfeitamente com o território, um mapa que defina de antemão todos os detalhes do

---

<sup>4</sup> sf (lat ecce+i+dade) Filos. Na linguagem escolástica, significa aquilo que faz com que uma essência se individualize e esteja presente no mundo.

caminho específico a ser percorrido, para executar uma cartografia que se faz no fluir do próprio trabalho.

A construção do mapa, então, não tem receita, é o espelho do olhar que o cartógrafo foi capaz de produzir. Contudo, só será um mapa cartográfico se respeitar o objeto, se considerar diferentes amplitudes e intensidades, se registrar espacialidades. De acordo com Rosário (2008), o investigador, no entanto, precisará da sua sensibilidade para envolver-se e deixar-se levar pelo movimento. A abordagem de Martín-Barbero (2004, p. 15) permite entender, como matéria-prima do mapa, a “multiplicidade de questões e experiências, de dados duros que vão construindo articulações”.

Assim, o que a cartografia propõe são novas maneiras de fazer mapas e, na área da Comunicação, o cartógrafo pode embrenhar-se com Martín-Barbero (2004, p. 17) e outros pesquisadores na empreitada do exercício artesão que “aspira unicamente a renovar o mapeamento dos estudos de Comunicação”. Ele entende que:

[...] já começamos a inventar: começando por indisciplinar os saberes diante das fronteiras dos cânones, des-pregando a escrita como meio de expressividade conceitual e, finalmente, mobilizando a imaginação categorial, que é aquilo que torna pensável o que até agora foi pensado, abrindo novos territórios ao pensamento (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 19).

Novas tentativas de cartografar as práticas da fotografia estão ganhando força nas teorias, “onde os novos cartógrafos se utilizam do discurso pelos direitos humanos e pela diversidade como uma espécie de GPS a delimitar as áreas, os relevos e as fronteiras do desenho geopolítico continental” (BRAGANÇA, 2011, p. 01).

O mapa assume uma dupla função: é imagem e representação do mundo, é instrumento de descobrimento e conquista, ilustração (AFFERGAN s/d *apud* BRAGANÇA, 2011).

Para Bragança (2011, p. 02):

A cartografia, seja uma técnica científica que auxilia na documentação e medição dos espaços, seja uma metáfora cultural que promove novos parâmetros de representação das múltiplas alteridades, apresenta-se como um importante instrumento conceitual para pensarmos como a cultura das mídias dimensiona, hoje em dia, os processos de constituição de subjetividades e os limites definidores de novos mapas [...].

Assim, a primeira impressão sobre um trajeto metodológico indeterminado é uma (aparente) ‘desordem’ que se constitui em função da diferença desse procedimento em relação aos que costumam ser usados. Essa confusão, contudo, permanece assim somente até que as lógicas do objeto sejam capturadas e conectadas às lógicas do cartógrafo (pesquisador) e às da cartografia.

O método cartográfico recebe da topologia o aprendizado da observação e da descrição detalhada, aceitando sugerir linhas e formas, fluxos e movimentos, assim também, amplitudes e intensidades na representação do mapa (ROSÁRIO, 2008). A expressão “desenho do mapa” vem como metáfora, mas concebe muito bem a ideia de rizoma e de cartografia; porém, para que os leitores pudessem acompanhar esse mapa criado mentalmente e descrito no trabalho, acredita-se ser relevante ilustrar tal mapa produzido, afora da metáfora, na tentativa de facilitar essa criação mental da cartografia.

Segundo Rosário (2008, p. 212):

O rizoma é uma mescla de tramas que se concordam, se misturam, se embaralham, se juntam e se afastam. É a trama da pesquisa. Afinal, o trajeto feito pelo pesquisador no procedimento da cartografia traz em si um pouco disso que chamamos de caos, ou pouco dessas tramas e embaralhamentos – o que acontece é que os mitos da ciência têm imposto à apresentação da pesquisa o ocultamento das linhas de fuga, dos ajustes, dos retornos. Enfim, se a pesquisa é um rizoma – que poucos conseguem perceber –, o mapa a ser construído é, igualmente, rizomático e, ainda, o próprio cartógrafo é rizoma.

Para entender a trama que compõe o rizoma e que, por consequência, se organiza no percurso da cartografia, talvez seja coerente recorrer-se à abordagem feita por Deleuze (1980 *apud* ROSÁRIO, 2008). Ao falar sobre o dispositivo (de Foucault), o autor observa que ele se modifica o tempo todo, seguindo direções múltiplas e heterogêneas, configurando, assim, um emaranhado de linhas. Dessa forma, segundo Deleuze (1980 *apud* ROSÁRIO, 2008), “desemaranhar as linhas do dispositivo é, em cada caso, levantar

um mapa/rizoma, cartografar”, sendo que esse trajeto se realiza de forma pragmática e não na análise teórica, tendo em vista que é na primeira que se compõem as multiplicidades e os conjuntos de intensidades.

Para se desenhar um mapa/rizoma, pode-se ressaltar a leitura que Deleuze e Guattari (2004) fazem, que esse desenho, por estar conectado com o real, seja inesperada, tenha sua própria ordem e, nessa via, sua estrutura não pode ser calculada previamente e nem aplicada a modelos sem que se corra o risco de só ratificar hipóteses. Tanto o trajeto feito como a constituição do mapa são frutos de uma experimentação que se liga à aventura e à turbulência na cientificidade.

O “roteiro” (mapa/rizoma) pode recuperar, de certa forma, um elemento comum na pesquisa comunicacional (ROSÁRIO, 2008), mas, em acréscimo, ele é capaz de expressar as preocupações e inquietações do cartógrafo. É nesse plano que se expressam as problematizações, uma vez que elas vão dar a direção ao cartógrafo. Contudo, o roteiro – assim como o objeto, a problematização e o pesquisador – vão sendo construídos e desconstruídos, territorializados e desterritorializados durante toda a trajetória, já que os elementos da pesquisa se interpenetram de forma dinâmica.

Outro elemento trazido por Rolnik (2006), para se acrescentar nessa discussão, são os equipamentos. Segundo Rosário (2008), eles são os subsídios que compõem a bagagem do cartógrafo, têm o papel de auxiliar a caminhada, a formação dos apontamentos, a coleta dos dados, o processo de observação e o inventário das memórias. Como todo viajante que faz sua mala, o cartógrafo precisa mais uma vez escolher, decidindo aquilo que é importante levar, mas pela intuição ou pela experiência sabe aquilo que não deve faltar. Por isso, as escolhas de mídias diferentes, com um objeto único (imagem fotográfica), assim, se fez trilhar por uma cartografia de onde estas postagens e essas imagens estejam, ou ainda quais as imagens mais publicadas de tais paisagens turísticas (ou não).

Portanto, um mercado de ideias, opiniões, crenças, sentimentos, entre outros, é operado por interlocutores, cujo modo de participação e posição que ocupam na rede simbólica foi determinado por contextos. Os interlocutores podem ser indivíduos ou “comunidades discursivas”, conceito que designa os grupos que produzem e/ou fazem

circular discursos (imagens fotográficas), que neles se reconhecem e são por eles reconhecidos (MAINGUENEAU, 1993; ARAÚJO, 2000).

Esse modo de pensar a comunicação põe em relevo a ideia de “polifonia”, que referencia justamente a presença de múltiplas vozes, que ora se articulam sinergicamente, ora concorrem entre si. O que todos desejam, em última análise, é a possibilidade de “fazer ver e fazer crer”, que remete para a construção da realidade, portanto, para o poder simbólico (BOURDIEU, 1999; ARAÚJO, 2000). Assim, pode-se representar cartograficamente essa concepção de comunicação.

Existem outras noções relevantes na cartografia, como a de espaço. Desse modo Rosário (2008, p. 209-210) coloca que:

É no espaço que o mapa se dá a ver, configurando-se pelos registros e reflexões acerca do objeto/problema e se materializando no traçado do investigador. O espaço é o ambiente dos territórios, das paisagens e dos cenários. À medida que adquirem força e intensidades – sendo, portanto, atravessadas pelo tempo e pelo pesquisador –, essas paisagens vão sendo esquematizadas pelo investigador, suas linhas, marcas e traços nascem pela mão do cartógrafo e se territorializam. Mas se, por outro lado, perdem a potência, tendem a se desfazer e se desterritorializam. O cartógrafo, por conseguinte, além de atentar à paisagem, precisa estar atento ao fluxo que constitui o objeto e ao fluxo que o constitui.

Sempre irá existir em cartografia, como visto nos parágrafos anteriores, um fluxo de intensidade. Porém, para fins de um trabalho científico, de pesquisa, um trabalho acadêmico, é preciso em algum momento parar (contudo não deter) esse fluxo, a fim de poder representá-lo.

Assim, deve-se traçar um percurso trilhado, rumo à outra cartografia da região estudada em uma tentativa de redescobrir a região, de retraçar seus limites e fronteiras, de uma relação entre territórios, para além dos limites das paisagens, de expor as paisagens em uma carta comunicacional-turística nova, demonstrando, os roteiros mais visitados, utilizados ou vendidos, através desse mapeamento, dessa cartografia das imagens fotográficas, nas diferentes e distintas mídias a serem pesquisadas. Ao mesmo tempo, podendo colaborar de forma indireta para criação de futuros ou novos roteiros (a partir do momento que se detecte poucas imagens fotográficas midiaticizadas e em

circulação de determinada paisagem) e que possam confirmar aqueles roteiros turísticos mais utilizados e já com demanda e oferta turística real e potencial.

O mapa/carta não visa a representar o objeto tal qual, mas verificar processos, detalhes, transformações, fluxos, amplitudes, entre outros. A construção do mapa é, em si, uma experimentação e, dessa forma, permite o exercício, a análise e o ensaio. O resultado desse processo é a elaboração/desenho de paisagem(ns) dinâmica(s), capaz(es) de apontar elementos diversificados do espaço do objeto. Para Benjamin (2006), as paisagens são fruto das transformações que as cidades sofrem aos olhos do *flâneur*.

### UMA PROPOSTA CARTOGRÁFICA: UMA TRAMA DE IMAGENS TURÍSTICAS

Foi a partir desses conceitos e desse modo de pensar, debatidos e apresentados nos parágrafos anteriores, que partiu-se para fazer essa pesquisa e se basear nesse pensamento para a criação e o passeio sobre os materiais coletados e observados.

Pelo olhar de Benjamin (2006), o cartógrafo pode ser um *flâneur* que se deixa levar pelas ruas da cidade. De acordo com Rosário (2008, p.215),

Vagando, ele é arrebatado pelos prédios, pela multidão, pelas vias e assim constrói paisagens que se desenham no seu caminhar. Seus instrumentos são o olhar e o próprio corpo, os sentidos com os quais ele capta espaços, relatos, disfarces, máscaras, relações, não sendo incomum se apoderar de dados e de saberes – e esses se tornam rizomas. Assim, ele adquire força a cada passo dado.

A dialética do *flâneur* apresenta, “de um lado, o homem que se sente olhado por tudo e por todos, como um verdadeiro suspeito; de outro, o homem que dificilmente pode ser encontrado, o escondido” (BENJAMIM, 2006, p. 46).

A ideia foi justamente essa de um *flâneur*, para conhecer melhor os objetos, passear sobre as imagens fotográficas nas mídias selecionadas, na busca pela circulação das imagens fotográficas, sem, no entanto, perder a questão da pesquisa e do fazer ciência, apoiado em um método, como o cartográfico.

Com relação ao pesquisador/cartógrafo, Rosário (2008, p. 218) coloca que:

As exigências do próprio objeto de pesquisa, as especificidades da comunicação turística (nesse nosso caso), a imaginação criadora, a imaginação exploratória, a intuição criativa são, igualmente, alvos do cartógrafo. Essa posição, entretanto, não implica um pesquisador desobrigado com a organização e o método da pesquisa, mas exige um sujeito comprometido com o seu objeto/problema, com caminhos teórico-metodológicos que precisam ser construídos – e, portanto, não estão prontos – e com a realidade da ciência contemporânea. Assim, o compartilhamento da experiência do investigador, portanto, parece ser elemento chave e cabe a ele descrever, analisar e fazer circular o seu olhar, indo, além disso, em direção ao debate e à ponderação sobre intensidades, tensões, devires, hegemonias, enfim, os processos do objeto e da própria pesquisa.

Essa preocupação atingiu e se manteve sempre atenta ao *corpus* e aos objetos, preocupou-se em fazer a indicação teórica desse método escolhido e indicar os passos e os caminhos metodológicos que se definiu importante na busca por novas respostas.

Assim, a ideia de cartografar proporciona uma facilitação na análise dos fluxos e dos circuitos das imagens, e também das paisagens mais fotografadas. Desse modo, podendo fazer com que a carta traçada seja sobreposta e possa surgir uma cartografia mais completa.

Visto isso, a partir da cartografia, estabeleceu-se um território para aprofundamento, que foi desenvolvido nos moldes da análise, considerando a noção de que fluxos e fixos devem ser considerados simultaneamente, através de aproximações pela via da inteligência e da intuição.

Assim, para encontrar onde circulavam e quais eram as paisagens mais fotografadas, acredita-se ser interessante, para visualizar essa circulação e essas paisagens (localidades) captadas e midiaticizadas, cartografar (mapear). Trabalhar, em uma das perspectivas, com cartografia, comunicação e turismo.

A concepção de cartografia suscita questões que dizem respeito à relação de representação. Assim, espera-se que através do desenho (da imagem, do mapa ou carta), seja possível situar essas paisagens em uma carta (mapa), para que fiquem mais claros os pontos mais fotografados na localidade, facilitando uma leitura que poderia ser mais extensa e confusa aos olhos dos leitores. A representação de uma descrição espacial,

através de uma cartografia, fica mais ilustrativa e capaz de aglutinar melhor a análise e a descrição.

Portanto, é dessa forma, pela articulação de um modo de ver apto de contemplar a mudança e a duração, que panoramas de imagens fotográficas, assim como os cenários das mídias pesquisadas, podem ser traduzidos qualitativamente, ou transcodificados criativamente (FISCHER, 2008), e é possível promover a expansão da visão, devolvendo as articulações comunicativas à virtualidade, retornando-lhes seus devires. A visão cartográfica propõe, resumidamente, uma epistême em que se busca reconstituir a vitalidade da comunicação turística e rearticular sua força de resistir a enclausuramentos (FISCHER, 2008).

Assim, um desafio, nesta metodologia, foi sair do diagrama como representação gráfica de um mercado simbólico e visualizar esse mercado de comunicação turística aplicado ao mapa de um território. Com as tecnologias disponíveis, buscou-se analisar a descrição de fluxos. Este passo é importante para a configuração do âmbito de abrangência de cada mídia, dado fundamental, por exemplo, em um planejamento de comunicação turística.

## ANÁLISE

A constituição dos mapas/cartas não tem receita. Foi o espelho do olhar que fez a apropriação e os produziu. Contudo, seguindo o método cartográfico, o mapa/carta respeita o objeto, ao se ponderar diferentes amplitudes e intensidades, ao se registrar espacialidades. De acordo com Rosário (2008), precisou-se da sensibilidade para o envolvimento e deixar-se levar pelo movimento. Nesse exercício, ao qual o olho e o raciocínio não estão acostumados, surgiram os cenários, as estratégias e as lógicas dos objetos. A abordagem de Martín-Barbero (2004, p. 16) permitiu perceber, como matéria-prima do mapa, a pluralidade de temas e conhecimentos, de dados duros que vão arquitetando as tensões e a circulação das imagens.

Foram importantes as criações desses mapas/cartas para observar e para aprofundar cada vez mais nas mídias, nas suas relações e em suas imagens fotográficas,

e, por consequência, na própria comunicação turística. Constituíram-se significativos para que se pudesse observar como é dada a circulação. A ilustração em mapas/cartas facilita essa visualização e a compreensão ficou mais completa, tanto para quem pesquisa e analisa, quanto para quem entrou em contato com o estudo.

Essa espacialização por parte do mapa/carta fica ampla e aprofundada, além de territorializar por onde estão as imagens e por onde andaram os produtores dessas imagens fotográficas. Para o estudo de comunicação turística esses dados revelaram-se fundamentais e importantes, uma vez que se puderam compreender demandas e ofertas de paisagens e quais paisagens são mais consumidas.

Notaram-se diversas singularidades em cada mídia, por exemplo: nos cartões postais não constam imagens com presença humana como foco e nem imagens noturnas (ou da vida noturna) da região, caracterizando uma forma de comunicação bem específica dessa mídia (que é o foco no público em geral, uma mídia que informa o geral de uma localidade turística). Determinando, assim, como se dá a circulação das imagens fotográficas constantes nos cartões postais com relação às outras mídias. Também, de certo modo, demonstrando as características dos produtos turísticos mais vendidos de Parnaíba (Sol e Mar, com o Delta e a praia como destinos principais) ao ligar a circulação das imagens dos cartões com as imagens nas demais mídias. As imagens fotográficas da Internet, nos *sites* observados, a característica de paisagens no período diurno corrobora com essa circulação das imagens diurnas, apesar de surgirem apenas duas imagens fotográficas noturnas.

Ao produzirem-se os mapas/cartas e no aprofundamento na cartografia das imagens fotográficas das distintas mídias entendeu-se como se dá, nesse sentido, a comunicação turística. A circulação das imagens fotográficas é fundamental na comunicação de um atrativo ou mesmo de um recurso (natural, histórico, cultural, entre outros) potencialmente turístico. Para que o turista, ou mesmo um potencial consumidor de turismo saiba da existência de um destino turístico é preciso que este seja comunicado, e em turismo a melhor forma como se acredita que se possa comunicar uma destinação é através da fotografia, da imagem.

Nos mapas/cartas, pode-se enxergar quais localidades têm mais destaque nessas mídias mais próximas da atividade turística que se utilizam da imagem como chamariz. Além disso, observou-se que alguns produtos turísticos já consolidados da região estão sendo mais midiaticizados e possuem maior circulação entre as distintas mídias. A ilustração em mapas/cartas facilita a leitura e a análise desses circuitos produzidos pelas imagens e passa a facilitar a noção de espacialidade e de territorialidade como o rizoma indica.

Os circuitos criados por essas imagens em cada mídia, nos diferentes mapas, demonstram, de certo modo, como se dá a comunicação das imagens e das fotografias do município de Parnaíba. Lembra-se o quanto é importante a imagem, a fotografia, para o turismo e para a atividade turística, no sentido de comunicar uma localidade/destino e de aproximar (deixar o mais tangível possível) o consumidor.

Diante disso, nas formações dos mapas e dos fluxos dos circuitos que foram surgindo, apareceu bem claramente uma circulação das imagens fotográficas diurnas (sejam matutinas ou vespertinas), em todas as mídias estudadas, uma ação de circulação de atrativos e recursos de atração de atividades turísticas nesse período do dia, fortalecendo os produtos turísticos já existentes e aparentando segmentar a atividade turística no município.

De acordo com Souza Junior (2011), a circulação é entendida como uma expectativa relacional de acordo com a relação mediada entre sujeitos e que sua origem não se limita à utilização dos instrumentos, mas das operações e das formas estratégicas de quem produz e consome as informações ou mesmo de quem gera novos circuitos e, assim, quem produz circulação fornece uma maior quantidade de dados, ideias e mensagens que atingirão os mais diversos grupos sociais. A Internet entra nesse atravessamento de circuitos muito claramente, ao aproximar e criar novas ações e novas funções das imagens fotográficas.

Nesse sentido, observou-se que a circulação exerce, e nela existem, ações diversas. Podem-se dar os exemplos que se analisaram no trabalho, tais como:

- ação do produto turístico (utilizando a imagem de uma paisagem para atrair os visitantes e demonstrar os tipos de paisagens que ele irá presenciar em sua visitação);
- ação do colecionador dos postais (que guarda e transmite para seus próximos o material que coletou, muitas vezes em uma ação de lembrança de uma viagem realizada, ou mesmo, uma lembrança de uma pessoa próxima que fez a viagem e comprou os postais para esse colecionador – por não terem muitos locais de vendas e por já ser uma mídia de certo modo obsoleta, pois é papel e nos moldes do consumo de imagens atuais, as digitais se sobressaem);
- ação de produzir fotografias (os turistas em sua visitação querem ter lembranças dessa viagem, e uma das fontes disso são as fotografias, que hoje são mais acessíveis de serem produzidas, pelos diferentes aparatos técnicos que podem ser utilizados pelos visitantes, para produzir tais imagens fotográficas, principalmente as digitais)
- ação de querer comprar (as agências de viagens e turismo colocam as imagens fotográficas em seus materiais de venda, principalmente os *folders* para provocar no cliente uma vontade de consumir aquela paisagem postada em tal mídia; além disso, essa ação de querer comprar atina o potencial turista a procurar imagens fotográficas dos possíveis locais que ele possa visitar/consumir).

Assim, para Machado (2008), a circulação não pode ser vista apenas como uma fonte de distribuição. É um processo mais dinâmico e flexível e tem como objetivo principal a disseminação de informações produzidas nos diferentes centros.

Na análise, o olhar cartográfico se produziu a partir de intensidades, encontros em circuitos que possibilitaram, a partir da experiência de observar o objeto, produzir territórios de sentidos e de aprofundar e descobrir conhecimentos. De acordo com Aguiar (2008), é esse processo que permitiu a compreensão das inter-relações constituídas entre os eixos principais da observação e desse trabalho.

Os mapas se compuseram e foram surgindo a partir dos conceitos e da metodologia escolhida – a cartografia –, com a imersão nos objetos, com o *flâneur* e com o rizoma. Considera-se importante lembrar que o rizoma se compõe de

segmentaridades, diversidades, estratos, imprevistos, de linhas de fuga, territorializações, desterritorializações, bem como de trajetos em várias direções que podem se atravessar, se cruzar, se interligar e se aglomerar (DELEUZE; GUATTARI, 2004). Assim, pondera-se que o rizoma significou permitir múltiplas articulações, conexões que se desenvolveram e foi possível dizer que a cartografia consistiu nesse rizoma.

O rizoma se compõe de linhas e de seus movimentos. Foram, nessa via, elementos importantes na articulação dos mapas, através da cartografia e na captação da topografia dos territórios. Deleuze e Guattari (2004) organizaram em quatro tipos: duros, abstratos, flexíveis e de fuga. Rosário (2008) completa que se pode entendê-los, respectivamente, como: a) os que funcionam por dualidades (duras), em movimentos horizontais e verticais e que, portanto, reproduzem relações de hierarquia; b) os que são mais abstratos, permitindo a interpenetração de fluxos e forças; c) os que realizam pequenas transformações na sua movimentação (flexíveis); d) os que têm conexões imprevisíveis (de fuga), operando sobre o desejo e a criação, revelando sua importância para apoiarem as rupturas necessárias à trajetória da pesquisa. Encontraram-se linhas ao invés de pontos; atenta-se para uma dimensão móvel que caracteriza o modo que se entende o objeto como rizoma. Assim, a circulação das imagens fotográficas, observada sob a ótica do rizoma, fora percebida como um objeto em movimento, que ganha aceleração na medida em que vive as passagens operadas pelas atualizações das mídias assumidas por suas aparições.

Nessa circulação, as novas tecnologias, como o digital e a Internet, propiciam ao olho humano novas visibilidades tornando o olhar “menos ingênuo” e a visão em um processo mais complexo e abstrato. Essas novas formas de apreensão do real, da codificação e da decodificação da realidade influenciam a maneira como a imagem fotográfica se apresenta como importante e como expressão subjetiva do autor/produtor. A circulação se trata, então, de um processo em desenvolvimento cujas consequências são ainda imprevisíveis.

Foi preciso pensar nas imagens fotográficas, nas mídias selecionadas, para além dos seus termos tradicionais. Pensar na pluralidade de ordenamentos que seriam

possíveis antes que determinado ordenamento prevalecesse. Passou-se a ver, a partir da imersão no fluxo dessas imagens fotográficas, nas distintas mídias, que o suposto como exclusivo do turismo estava em toda parte das imagens em contínua passagem. Isso, a partir de várias incursões exploratórias ou pré-cartográficas ao empírico.

A circulação da imagem fotográfica fez-se refletir que existem mídias que possuem essa proximidade, se utilizando de métodos de captação de imagens e de paisagens bem próximos. Porém, uma ação de circulação presente nessa cartografia que se observa é o da tentativa de venda de pacotes (produtos vendidos pelas agências), onde poucas imagens de paisagens circulam. Pode-se salientar que, entre as três mídias, as imagens do Delta e da praia “Pedra do Sal” surgem, pois são esses os passeios vendidos pelas agências, são os circuitos turísticos mais vendidos, ou os únicos vendidos pelas agências. Essa ação de comunicação turística do *folder* pode influenciar nas imagens fotográficas da Internet, pois são esses os locais que os turistas irão visitar, fotografar e posteriormente postar, surgindo a circulação nas redes sociais ou em seus *blogs* e *flogs*.

As imagens fotográficas do Delta do rio Parnaíba também estão presentes em perfis do *Facebook*, assim como estão nos *folders* e nos postais. Mais uma imagem que circula com certa frequência nas mídias, uma paisagem que os turistas frequentam com certa regularidade e um passeio produzido e vendido pelas agências em seu material gráfico na mídia *folder* e uma imagem fotográfica da paisagem recorrente nos postais de Parnaíba, simbolizando um dos atrativos principais do município.

Lembra-se, nesse momento, o que De Botton (2005) e Gastal (2005) colocam da imagem e da fotografia como fundamental ao *marketing* turístico (as empresas de turismo se utilizam desse artifício para vender seus produtos). Os consumidores/turistas, ao realizarem aquele passeio adquirido junto à empresa turística, fotografam as paisagens desse tal passeio e postam, posteriormente, na Internet, as imagens dos passeios selecionados e divulgados nos *folders* dessas empresas. Muitas dessas imagens estão em seus materiais de venda, como os *folders*/folhetos, afirmando-se essas ações de circulação das imagens fotográficas (*folder* e Internet).

Observou-se nos mapas/cartas produzidos a circulação de certas imagens fotográficas na Internet, principalmente com relação ao *Facebook*, que coincidem com as imagens desses *folders* catalogados que possuem as imagens fotográficas de Parnaíba (apresentando os passeios/pacotes que essas empresas fazem e vendem), como uma ação de um produto consolidado e de maior venda/produção, assim com uma veiculação/comunicação maior. Acredita-se que isso possa provocar certa circulação fechada, com um circuito consolidado e com uma ação de circulação de compra e venda, em que constam essas imagens fotográficas específicas, maior procura por parte dos turistas com maior veiculação (postagens dessas fotografias na Internet) dessas imagens fotográficas dos passeios por parte dos turistas, que foram para essas viagens/pacotes específicos.

Ainda seguindo as palavras de Rosário (2008), os mapas podem considerar tanto as transformações quanto o social, bem como as trocas simbólicas que poderão compor uma multiplicidade de paisagens e de fluxos: comunicacionais, midiáticas, audiovisuais, turísticos, da recepção, do consumo, os quais envolvem uma diversidade de cenários, com diversas e diferentes ações. Foi dessa forma como se diagnosticou: com os diferentes mapas/cartas que foram criados, baseados nas percepções e observações nas mídias e nas circulações das imagens fotográficas.

Deste modo, as imagens estão espalhadas na cultura contemporânea. Mesmo quando se reúnem em determinada área para fins particulares (como no caso do turismo), os usos e assimilações que delas se fazem socialmente sobejam às fronteiras do acostumado na área (Turismo), permitindo a conexão de indivíduos, tecnologias e distintas imagens. Com a propagação de dispositivos para fazê-las, editá-las e compartilhá-las, e a variedade de suportes em telas fixas e móveis, as imagens transpassam todas as extensões da vida presente. De outro lado, a hegemonia do olhar que exacerbou durante tanto tempo o valor de exposição das imagens dá lugar à multisensorialidade: imagens que se estabelecem na interface com o usuário e seu tato, sua respiração, seu corpo, seu clique. O valor de uso tensiona o valor de exposição, colocando em circulação algumas das imagens fotográficas e possivelmente criando um

ambiente de “remixabilidade” cultural mediada por interesses: mercadológicos (*folders*), pessoais (Internet), públicos (Internet e cartões postais), entre outros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para serem comunicadas as atrações e as paisagens fotografadas de Parnaíba/PI, é preciso que elas estejam em circulação, em diferentes mídias e com distintas imagens fotográficas em evidência. A metodologia adotada e utilizada colabora na investigação e facilita a imersão no objeto e nos materiais catalogados e analisados. O rizoma e os fluxos dos mapas criados facilitam a percepção do pesquisador no encaixe das respostas e, ao ser *flâneur*, ao passear sobre esses mapas, criou-se uma junção de todas as relações envolvidas no estudo.

Assim, espera-se que, com essa pesquisa, novos mapas de comunicação turística, de locais distintos, possam ser trabalhados, debatidos e analisados em outros momentos, conferindo uma profunda evolução das pesquisas ligando a Comunicação e o Turismo, pois se ressalta o quanto é fundamental a comunicação para o turismo.

Para tanto, os observáveis foram tratados de forma isenta e de acordo com o que foi planejado nos procedimentos metodológicos, para que se conseguisse produzir a carta/mapa para ilustrar e para se ter um “produto” que pudesse apresentar como forma de demonstrar os alcances do objetivo dessa pesquisa. Além disso, analisou-se cada mídia individualmente, para que houvesse uma ampla visão das imagens fotográficas veiculadas em cada uma dessas mídias, para que, posteriormente, todo esse levantamento, essas observações se transformem em uma análise geral, com a produção da cartografia dessas imagens.

Sobre a mídia no turismo, lembra-se do poder da imagem que encanta e proporciona o desenvolvimento dessa atividade através dos meios de comunicação. Onde ocorre um processo de troca cultural e social entre as pessoas que se deslocam e se relacionam temporariamente fora de seu espaço em busca de novas experiências e conhecimentos. Com a finalidade de transmitir, passar a mensagem de alguém ou algum lugar, a comunicação junto à imagem reproduz as representações de ideias e impressões

que cada pessoa tem em relação a um objeto em uma percepção anteriormente experimentada.

É necessário salientar, também, o quanto as mídias sofreram grandes transformações com a globalização. Através da Internet, o indivíduo está sendo “bombardeado” por novas informações, novos conhecimentos e comportamentos. A Internet permite que as pessoas em suas casas, quando pensam em viajar, possam escolher o seu melhor destino turístico com maior facilidade e praticidade, através das imagens contidas nessa mídia. Diante disso, percebe-se o quanto foi importante estudar essa circulação de imagens passando pela Internet.

Observou-se certa circulação da imagem fotográfica, principalmente com relação a três atrativos turísticos: Delta do Parnaíba, praia Pedra do Sal e o Porto das Barcas. Desse modo, investigou-se quais as fotografias de paisagens turísticas se reforçaram, através dessa observação das imagens veiculadas nos “roteiros turísticos do receptivo”, vendidos, mais especificamente, nos *folders*. Isso colocado, acredita-se que, indiretamente, este fato demonstra a importância desses atrativos turísticos, que eles são os mais veiculados pelas empresas turísticas, ou seja, mais vendidos. São importantes também para o município, pois na propagação dessas imagens fotográficas, nas mídias estudadas, os produtores dessas mídias as tornam potenciais atrativos de visitação.

A maneira como se analisou a circulação das fotografias tem relação direta com as intenções de produção, os anseios, os afetos que podem ser gerados, entre outros. Enquanto objetos, as fotos jamais poderiam circular como fazem hoje “imaterialmente”. Tal nível de abstração, próprio das novas mídias, incentiva outras práticas ou atos fotográficos, marcados pela visibilidade que a imagem captada pode assumir, para além de dimensões apenas privadas. Em rede, a fotografia, além de múltipla e heterogênea, torna-se potencialmente onipresente, podendo ser consumida na medida das conexões produzidas pelo “observador-operador”.

Além disso, ao pesquisar os *sites* na Internet, observou-se certas mediações das imagens fotográficas, referentes, principalmente, aos cartões postais e à mídia digital (Internet). Assim, notou-se a circulação das imagens nas distintas mídias, porém com

certa limitação de paisagens distintas. Uma consideração que não se pode deixar de colocar é o fato de que fora percebido e observado, na mídia *folder*/folheto, a falta de imagens fotográficas da região do município de Parnaíba/PI. De todo material coletado, poucos tinham essas imagens, sejam elas de qualquer paisagem.

Diante das análises, ficou evidente a implicação das mídias e das novas tecnologias sobre o setor turístico. Mais especificamente, as possibilidades advindas com o uso da Internet por este setor, que modificaram as relações entre os consumidores e produtores do setor turístico.

É importante notar como as noções de arquivo e visibilidade complementam-se neste contexto e que por mais que existam tais ferramentas para um direcionamento classificatório, o rizoma tem constantemente suas conexões rompidas e outras reformuladas. Nada é fixo, o mapa está sempre em constante transformação. Para analisar a fotografia em rede e, às vezes, as subjetividades manifestas por elas, foi necessário fugir de noções essencialistas da fotografia, de uma unidade do campo e da linguagem. Ao contrário, a problematização desta produção do homem comum deve ser estabelecida sempre em conexão com as demais linhas do dispositivo fotográfico, em usos profissionais e institucionais, e da rede como um todo. A visibilidade destes arquivos rizomáticos pode levantar questões sobre a atual relação do homem com a fotografia, e mais ainda, com a imagem e o turismo.

Com relação ao que se espera para futuros trabalhos e contribuições, faz-se necessário a ampliação das discussões que envolvem a questão da motivação das viagens. Na verdade, é difícil de avaliar a natureza do turismo contemporâneo sem atentar para o fato de que tal atividade é construída, reforçada e “bombardeada” na imaginação pelas mídias e pelos meios de comunicação. Sejam filmes, programas de televisão, cartões postais, redes sociais, Internet ou mesmo comerciais, estas são algumas das inúmeras possibilidades de se contemplar o mundo sem sair de casa que, no entanto, apenas ampliam e avivam os desejos e devaneios. A “vantagem” de ter todas essas informações ou mesmo o mundo dentro de casa, ao alcance de um toque, simplesmente estimula a busca por novas experiências e satisfações, ao contrário do que muitos podem pensar.

A concretização de uma viagem, a prática de viajar, deve ser entendida, portanto, como a consolidação de uma percepção previamente arquitetada, reforçada e eficientemente ampliada por toda uma estrutura midiática (como estudado e levantado essa estrutura midiática ao longo da pesquisa, com a circulação e os mapas/cartas), destacando-se especialmente e primordialmente a imagem fotográfica.

### TOURIST PICTURES MAPPING: THE CARTOGRAPHY METHODOLOGY IN TOURISM RESEARCH

#### ABSTRACT

The aim of this paper is to present the cartography methodology, used in communication studies, for use in research combining tourism and communication. We attempted to explain this methodology, its use and applicability. In the cartography methodology, the researcher seeks immersion in the studied object, like a strolling flâneur to deepen relations. Not only is proposing to build maps but to investigate these relationships, and alternative entanglements present in railways and objects in the academy can be seen as a model of doing research. In particular, this research supports the final considerations that the use of such methodology was essential to the pursuit of the central question.

**KEYWORDS:** CARTOGRAPHY METHODOLOGY. TOURISM. COMMUNICATION. PHOTOGRAPHIC IMAGES.

#### REFERÊNCIAS

AGUIAR, L. M. Cartografia: Deriva Metodológica. *In*: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. M. do. (orgs.). **Perspectivas Metodológicas em Comunicação**: desafios na prática investigativa. Editora Universitária da UFPB: João Pessoa/PB, 2008.

ARAÚJO, I. **A reconversão do olhar**: prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social. São Leopoldo (RS), Ed. UNISINOS, 2000.

BENJAMIN, W. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BERGSON, H. **Matéria e Memória**: ensaios sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BRAGANÇA, M. de. Cartografias Latino-americanas: fronteiras midiáticas de um continente em construção. *In: Grupo de Trabalho Cultura das Mídias, do XX Encontro da Compós*, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, 2011.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2 ed. 1999.

DE BOTTON, A. **A arte de viajar**. Rio de Janeiro, Rocco, 2005.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. vol. 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 2004.

FARINA, C. Artíficos Perros: Cartografia de um dispositivo de formação. *In: 30ª Reunião Anual da Associação Nacional de Pesquisadores em Educação*, 2007, Caxambu/MG. ANPED 30 anos. Pesquisa e compromisso social. Timbaúba/PE: Espaço Livre, 2007. Disponível em: <[www.anped.org.br/reunioes/30ra/grupo-estudos/GE01-2759-Int.pdf](http://www.anped.org.br/reunioes/30ra/grupo-estudos/GE01-2759-Int.pdf)>. Acessado em 05 de janeiro de 2011.

FISCHER, M. E. O cartógrafo e sua bagagem. *In: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. M. do. (orgs.). Perspectivas Metodológicas em Comunicação*: desafios na prática investigativa. Editora Universitária da UFPB: João Pessoa/PB, 2008.

GASTAL, S. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: ALEPH, 2005. - (Coleção ABC do Turismo).

GUIDOTTI, F. G. **Dez mandamentos de Jorge Furtado**: Cartografia em três platôs. Dissertação de Mestrado: Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, São Leopoldo/RS, 2007.

KIRST, P. G.; *et al.* Conhecimento e Cartografia: tempestade de possíveis. *In: FONSECA, T. M. G.; KIRST, P. G. (orgs.). Cartografias e Devires*: a construção do presente. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2003.

MACHADO, E. **Sistemas de circulação no ciberjornalismo**. *Eco-Pós*, v.11, n.2, 2008.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do discurso**. Campinas, Pontes/UNICAMP, 1993.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2006.

ROSÁRIO, N. M. do. Mitos e Cartografias: Novos Olhares Metodológicos na Comunicação. In: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. M. do. (orgs.). **Perspectivas Metodológicas em Comunicação**: desafios na prática investigativa. Editora Universitária da UFPB: João Pessoa/PB, 2008.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Editora Hucitec, 2002.

SOUZA JÚNIOR, A. O. **Processos, Miatização e Circulação em blogs**: Organização e funcionamento das comunidades virtuais esportiva sem portais, espn-estadão, sportv, lancenet e gazeta esportiva. Cead/UFPI. Ano VI, (2011), pp 127-145. Disponível em: <<http://www.fisec-estrategias.com.ar/>>

**Cronologia do Processo Editorial**

Recebido em: 22. ago. 2014  
Aprovação Final: 16. out. 2014

**Referência (NBR 6023/2002)**

PERINOTTO, André Riani Costa. Mapeando imagens turísticas: o método cartográfico em pesquisa de turismo. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 3, n. 2, p. 93-126, jul./dez. 2014.