Midiatização das práticas turísticas: o caso Tripadvisor

Natália de Sousa Aldrigue

Palavras-chave: midiatização; práticas turísticas; atores sociais.

RESUMO EXPANDIDO

O presente texto é organizado em torno de questões discutidas na nossa pesquisa de tese de Doutorado em Comunicação. Propomos neste artigo observar as práticas turísticas no cenário midiatizado. Sob o enfoque comunicacional, mais precisamente no quadro da midiatização, vamos observar, através do site Tripadvisor, como as informações passadas pelos turistas são usadas para fins de práticas turísticas e como isso aponta para uma nova forma de fazer turismo, já que esta tecnologia se torna instrumento indispensável para o exercício de tal atividade.

Estudar o campo turístico, suas práticas, a circulação de seus materiais técno-simbólicos, compreender o papel de seus atores, sua relação com o processo institucional ou cultural onde se insere, requer ir das práticas turísticas, aos processos e apropriação, e diversidade de lógicas, neste contexto, já que o turista mantém transações com programadores de sensações, no caso os atores da indústria turística, especialistas ou não da área. Pois, como disse Bauman (2006), estamos em uma sociedade moderna líquida, ou seja, aquela em que as condições de atuação dos seus membros mudam antes que as formas de atuar se consolidem em hábitos e em rotinas determinadas. Assim sendo, esta sociedade não mantém sua forma e seu rumo durante muito tempo, ou seja, a vida não para.

Desta forma, vamos examinar, através do site Tripadvisor, a apropriação desse dispositivo como uma ferramenta das práticas turísticas no contexto midiatizado. Para tanto, traçamos a caracterização e distinção dos conceitos de "sociedade dos meios" e "sociedade em vias de midiatização", para então pensarmos nas práticas turísticas como um objeto situado em uma problemática desta última, operando a partir de campo, para além de fronteiras específicas, passando por processos e circuitos. Observando como as informações que circulam no dispositivo transformam as práticas turísticas com relação aos vários atores sociais envolvidos neste campo de estudo.

Conduziremos, então, nosso trabalho sob o olhar da comunicação na atual sociedade em vias de midiatização, particularmente, como as práticas do turismo vem sendo modificadas e permeadas por essas lógicas e operações midiáticas. Nos

questionamos, portanto, entender o atual momento em que estamos inseridos, com atores sociais enunciando estratégias e edificando com isso novos desenhos da prática do turismo.

Neste novo cenário os processos midiáticos se revelam como um objeto complexo, que não podem ser vistos como um objeto em si, mas através de suas relações, conexões e interconexões, não podem mais ser fragmentados em suas partes (produtor, produção, conteúdo, veículo, público, receptor, recepção). Desta maneira, o funcionamento da midiatização estaria diretamente associado às estratégias e processos específicos que tratariam de se manifestar de modo complexo no interior das práticas sociais, como é o caso do turismo.

O turismo sempre utilizou a mídia como uma ferramenta de sua produção de sentidos, porém na sociedade em midiatização a cada passo a voz do turista se faz mais ouvida, ou capturada, agora, sobrepondo muitas vezes a própria voz das instituições (hotéis, por exemplo), é o olhar vigilante. Por isso, é importante ressaltar que entendemos as lógicas midiáticas aqui como um constituinte do turismo. Por exemplo, engendram novos protocolos interacionais, quando procuramos um site de vendas de hotéis para realizarmos uma reserva, antes de finalizar qualquer procedimento o mais comum é observamos os comentários deixados por outros turistas em relação aquele estabelecimento, afim de que possamos ter referencia e "garantir" uma melhor compra. Assim, mais importante que a informação oficial, àquela dada pela instituição (hotel), se tornam os quadros de experiência individual. "O turista não escreve, evidentemente, um estudo sobre as populações com as quais ele cruza, mas, às vezes, suas fotos, seus filmes e seus postais constituem, ao final, uma espécie de obra, ao menos um inventário de sua experiência" (AUGÉ, 2010. p. 77), que se torna um elemento que cauciona e legitima a atividade turística.

Nessa perspectiva, observamos a substituição do sábio/expert/profissional pelo viajante especialista/amador, ou seja, aquele que vai atuar dentro de práticas sociais, porém dividindo seu oficio com este. Antes apenas o turismólogo (profissional da área), ou publicitário se valeria da palavra para divulgação da localidade; hoje, o turista se dirige diretamente através dos complexos nichos técno-midiáticos e faz valer sua palavra, quebrando barreiras mediadoras e tornando-se um ator social das próprias práticas turísticas.

Observamos, assim, que as operações de midiatização e suas processualidades dão forma aos novos modos de existência das práticas turísticas fazendo com que 1) as paredes de compra e venda sejam derrubadas e 2) o turista deixe de ser um agente passivo para se tornar num propagador de informação, em um divulgador do paraíso e alguém que vai constituir além do ambiente o próprio funcionamento da prática turística.

Assim, o que primeiramente começou como exibição do poder industrial, e tinha seu lugar privilegiado nos escritórios de alta administração e nas agências de propaganda, desce à conduta do "João-ninguém", sem que os poderosos pudessem abrir mão do fenômeno. Vulgariza-se em um comportamento de massa. A circulação, neste cenário, desloca o leitor à cena discursiva algo que deixa de ser privilégio das rotinas produtivas e complexifica seus papéis ao organizá-los segundo novas dinâmicas de interfaces. Assim, as instituições, peritos, agentes de viagem e atores não estão mais ligados pelos meios segundo uma lógica linear, mas estão todos interligados pelas lógicas dos processos midiáticos e intercalando-se nos seus papéis.

Nesta perspectiva encontra-se o site Tripadvisor que é considerado um dos maiores do mundo quando o assunto é viagem, possibilitando que os turistas pesquisem, planejem e deixem opinião para uma viagem de sucesso. Este site oferece dicas de viajantes reais e uma ampla variedade de opções de viagem e recursos de planejamento, além de contar com links ininterruptos para as ferramentas de reserva.

Observando, então, a constituição deste site dentro do contexto da midiatização sobre as práticas turísticas, notamos plataforma de ação midiática alicerçada na contribuição espontânea e não remunerada dos seus usuários, a qual produz efeitos de veracidade, credibilidade e legitimidade transformados em valor econômico, num processo de monetarização dos dados sociais. Sendo, pois, a participação dos usuários na produção de conteúdo no site Tripadvisor, por meio de avaliações das atividades turísticas de uma localidade e fotos uma importante "ferramenta" para o papel decisivo no serviço prestado pela empresa e seu sucesso econômico. Ou seja, o turista tem que alimentar esse sistema, estar sempre em alerta vigiando e informando, pois sem isso o site não funciona.

Essa possibilidade de se fazer ver, de fazer circular as próprias produções enunciativas, contribui sobremaneira para a adesão a práticas até então restritas aos campos. Nesse contexto, podemos afirmar uma mudança substancial na 'forma' de se enunciar no espaço público que essa nova ambiência requer. Alterando assim a forma de se fazer turismo, ou seja, mudando as práticas turísticas. Nesse contexto, se faz necessário

pensar que a adesão às lógicas midiáticas, por parte de sujeitos não-especialistas, afeta não só as relações sociais entre os indivíduos de um mesmo campo e com os indivíduos de outros campos como também as formas de interação.

Por causa dessas opiniões "sem interesse", muitos agentes de viagem observaram este site do TripAdvisor como um importante aliado na busca de serviços para seus clientes, pois ali poderiam consultar as atualizações e comentários reais sobre os estabelecimentos que trabalhavam, sem estarem camuflados pelo campo publicitário. Com isso, o que era para ser um site de vendas direta ao turista, acabou também por ser um site de consulta do especialista, fazendo com que os papeis ficassem invertidos, o "joão-ninguém" auxiliando as vendas de um perito, criando assim um circuito. Podemos, com isso, pensar o turismo como campo, como uma problemática para além de fronteiras específicas passando a ser uma atividade de sistêmica e relacional.