

# **PENSAMENTO SOCIAL DE CARIOCAS E BAIANOS ACERCA DE VIAGENS TURÍSTICAS NA PERSPECTIVA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS**

*Anderson Mendonça*

Doutor em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro UERJ e professor do Instituto de Psicologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).  
[anderson.p.mendonca@hotmail.com](mailto:anderson.p.mendonca@hotmail.com)

*Rafael Pely Wolter*

Graduado em psicologia pela Universidade de Paris V (René Descartes) e Master Recherche em Psicologia Social pela Universidade de Paris V (René Descartes), e professor-titular da Universidade Federal do Espírito Santo.  
[rafaelpeclywolter@gmail.com](mailto:rafaelpeclywolter@gmail.com)

*Thamiris Marques*

Doutora em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e professora substituta do Instituto de Psicologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).  
[thamiris\\_marques@hotmail.com](mailto:thamiris_marques@hotmail.com)

**RESUMO:** As experiências turísticas abarcam variáveis políticas, sociais e econômicas, o que faz do turismo um objeto social complexo e bastante relevante. Esse setor influencia a economia dos países movimentando capital, gerando consumo e empregos. Sabe-se que tanto a Bahia quanto o Rio de Janeiro são estados brasileiros que se destacam no que se refere ao turismo e, por isso, o objetivo dessa pesquisa é demonstrar o pensamento social de cariocas e baianos acerca de viagens turísticas a partir do enfoque teórico do campo de estudos das representações sociais e, mais precisamente, sua subteoria, a teoria do núcleo central. O método abarca a técnica das evocações livres a partir do termo indutor viagem coletado em uma amostra composta por 160 participantes, sendo 80 baianos e 80 cariocas. A análise dos dados se deu pela análise prototípica e análise de similitude. Os resultados apontam uma representação comum a ambos os grupos acerca da viagem como algo associado a praias e diversão, porém com diferenças, uma vez que os cariocas apresentam ideias mais operacionais enquanto os baianos, mais afetivas.

**Palavras-chave:** Viagem. Turismo. Psicologia Social. Representações Sociais.

## **SOCIAL THINKING OF CARIOCAS AND BAIANOS ABOUT TOURIST TRAVEL FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL REPRESENTATIONS**

**ABSTRACT:** Tourist experiences include political, social and economic variables, which makes tourism a complex and highly relevant social object. This sector influences the economy of the countries by moving capital, generating consumption and jobs. It is known that both Bahia and Rio de Janeiro are Brazilian states that stand out in terms of tourism and, therefore, the objective of this research is to demonstrate the social thinking of Rio de Janeiro and Bahians about tourist travel from the theoretical focus of the field of studies of social representations and, more precisely, its sub-theory, the central core theory. The method covers the technique of free evocations from the term inductor trip collected in a sample composed of 160 participants, 80 of them from Bahia and 80 from Rio. Data analysis was performed by prototypical analysis and similarity analysis. The results show a common representation to both groups about the trip as something associated with beaches and fun, but with differences, since the Cariocas present more operational ideas while the Bahians, more affective.

**Keywords:** Travel. Tourism. Social Psychology. Social Representations.

### **1 INTRODUÇÃO**

O Brasil constitui uma zona turística muito ampla e atrai pessoas de todas as partes do mundo. Alguns locais brasileiros são pontos de referência mundial como, por exemplo, o carnaval da Bahia e as praias do Rio de Janeiro.

A Bahia tem investido no desenvolvimento econômico e social a partir do turismo (CASTRO, 2006) e é considerada uma terra famosa no que se refere não só ao carnaval, mas à sua história, belas praias e marcas culturais. O estado também é conhecido por sua gastronomia que apresenta fortes temperos e iguarias como acarajé e vatapá.

Assim também o Rio de Janeiro é conhecido por sua riqueza turística a partir de atrações naturais, históricas e culturais (BARTHOLO, 2005). O estado possui praias, museus, morros e

pontos turísticos famosos como o estádio Maracanã, a Lagoa Rodrigo de Freitas, Pão-de-açúcar e Cristo Redentor. Isso sem mencionar a Região dos Lagos que conta com cidades marcadas pelo verde da natureza e a beleza de suas paisagens naturais. De forma geral, por todos os seus pontos de interesse o Rio de Janeiro é conhecido como um destino turístico mundialmente almejado.

Além das semelhanças históricas relacionadas à colonização portuguesa e praias de ambos, Rio de Janeiro e Bahia são os estados brasileiros mais procurados no carnaval: o Rio por conta das aclamadas escolas de samba e a Bahia por conta dos agitados trios elétricos.

Compreender o Turismo exige antes de tudo entender que o conhecimento científico se processa a partir da relação entre sujeito e objeto, a partir dos níveis de experiência que se trava com o mesmo. Em outras palavras, o conhecimento espontâneo, ingênuo, denominado senso comum, é constituído não só a partir das experiências dos sujeitos, mas também das informações, conhecimentos e modos de pensar que os mesmos recebem e transmitem através da tradição, da educação e da comunicação social, resultando em um conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, que é de interesse da Psicologia Social (IBAÑEZ, 1988).

Por este motivo, a Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 1961) está presente neste estudo, já que estuda a interação das pessoas em grupos e os efeitos que determinados comportamentos trazem para o contexto que está inserido. Como afirma Jodelet (1989), as representações são uma forma que os grupos sociais têm de conhecer o mundo e guiar suas práticas.

Abrieu (1998) propõe a Representação Social a partir de uma estrutura, o que faz dela um arcabouço teórico e metodológico que permite a sua evolução epistemológica, contribuindo não só com o seu avanço, mas também nas possibilidades de intervenção social, onde as perspectivas interdisciplinares consideram as significações e práticas sociais atribuídas ao seu espaço de vivência como uma forma de reconstrução da realidade social.

Assim, o objetivo é analisar as representações sociais no campo das relações intergrupais utilizando as viagens turísticas como objeto privilegiado da pesquisa. Para isso, podemos partir do entendimento que muitos aspectos das relações sociais contemporâneas podem ser compreendidos a partir do fenômeno do Turismo, entendendo que “as experiências turísticas podem nos dizer muito sobre o mundo social” (GIDDENS, 2005, p.82).

Dessa forma, foi realizado esse estudo exploratório com o objetivo de compreender o pensamento social de cariocas e baianos acerca de viagens turísticas na perspectiva das representações sociais, a partir da abordagem estrutural, enfoque norteador do estudo, destacando as representações sociais como estruturas de conhecimento sobre temas da vida social, que são compartilhadas por grupos e que se formam a partir de elementos cognitivos ligados entre si (OLIVEIRA et al., 2005).

Para analisar as representações sobre viagens turísticas faz-se necessário que sejam conhecidos três componentes essenciais, a saber: conteúdo, estrutura interna e o núcleo central. Segundo Abric (1994), nenhuma técnica específica consegue dar conta dos três elementos, desse modo o estudo da representação requer uma série de passos. O primeiro passo se referiu à coleta do conteúdo da representação, na qual a utilização de uma entrevista pareceu o mais indicado, porém considerando os limites reconhecidos desta ferramenta foi suplantado com a utilização de métodos associativos, pois os mesmos permitem uma melhor compreensão do objeto social da Teoria das Representações Sociais.

Em seguida, o conteúdo foi organizado em sistemas de categorias que constitui de certa forma o esqueleto da representação. Houve agrupamento dos elementos em classes ou categorias e posteriormente a identificação das ligações, das relações e da hierarquia entre os elementos, permitindo assim o acesso à organização interna do conjunto dos componentes da representação, colocando em evidência os elementos centrais.

Isso porque é essencial situar a representação e captar as ligações entre a representação social e o conjunto de fatores psicológicos, cognitivos e sociais que a determinaram. Ressalta-se que o objetivo desse estudo foi caracterizar os conteúdos, a estrutura e a organização das Representações Sociais da atividade turística entre baianos e cariocas.

## 2 MÉTODO

A amostra foi composta por 160 participantes, 80 baianos e 80 cariocas, sendo 75 do gênero masculino 47% e 85 do gênero feminino 53%, com idades variando de 18 a 49 anos (M =

22,53), provenientes de duas diferentes cidades, a saber: Salvador/BA e Rio de Janeiro/RJ, conforme Tabela 1.

**Tabela 1. Descrição da Amostra da Pesquisa realizada em 2018**

<b>Gênero</b>	<b>Baianos</b>	<b>Cariocas</b>	<b>Total</b>
Masculino	42	33	75
Feminino	38	47	85
Total	80	80	160

**Fonte: Dados da pesquisa.**

O protocolo de coleta de dados foi composto pelo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE e por questionário simples de caracterização do perfil do sujeito, além de um questionário de evocação livre de palavras, fornecendo as seguintes instruções: Escreva cinco palavras que te vem à mente quando se fala em viagem, em seguida pediu-se para que os participantes classificassem as palavras de 1 a 5 em ordem de importância.

A coleta de dados foi realizada presencialmente, os questionários aplicados individual e coletivamente e os participantes identificados por meio dos dados sociodemográficos. A análise de dados foi interpretada com base na Teoria das Representações Sociais, e através de duas técnicas de análises respectivamente: a análise prototípica com diagrama dos quatro quadrantes e; a análise de similitude com auxílio do software, IRAMUTEQ (*Interface de R pour analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*).

O software IRAMUTEQ segundo Camargo; Justo (2016), proporciona diferentes tipos de análise de dados textuais, desde as simples, como a lexicografia básica, que abrange, sobretudo, a lematização e o cálculo de frequência de palavras; até análises multivariadas como classificação hierárquica descendente, análise pós-fatorial de correspondências e análises de similitude.

Ainda segundo os autores, o software permite que se trabalhe tanto a partir de um grupo de textos a respeito de uma determinada temática (corpus textual) reunidos em um único arquivo de texto; como a partir de matrizes com indivíduos em linha e palavras em coluna, organizadas em planilhas, como é o caso dos bancos de dados construídos a partir de testes de evocações livres de palavras, como utilizado neste estudo, viabilizando a contagem de frequência, análise prototípica e análise de similitude.

Diante da diversidade de técnicas de análise, para contextualizar, as práticas sociais que acontecem no espaço vivido e as relações dessas práticas com a noção de “viagem turística, nesse estudo foram utilizadas a Análise prototípica e Análise de similitude. A primeira de acordo (OLIVEIRA et al., 2005) consiste em pedir ao sujeito que diga ou escreva certo número de palavras que lhe vem à mente quando ouve ou lê determinado termo indutor. Ela é utilizada associada geralmente à abordagem estrutural da Teoria das Representações Sociais, pois seu objeto é estruturar a representação dividindo seu conteúdo em elementos periféricos e centrais, de maior ou menor frequência.

A segunda que consiste em agrupar em conjuntos os elementos encontrados na análise prototípica (OLIVEIRA et al., 2005) e apontar aqueles com maior probabilidade de candidatura ao núcleo central, bem como criar categorias/dimensões de análise. Os resultados foram interpretados com base na abordagem estrutural da Teoria das Representações Sociais e estão detalhados a seguir.

### **3 RESULTADOS**

#### **3.1 ANÁLISE PROTOTÍPICA (BAIANOS)**

De maneira geral, foi feita uma análise das evocações dos sujeitos frente ao termo indutor sempre relacionado ao tema da pesquisa. Dessa forma calculou-se a frequência das evocações e sua Ordem Média de Evocações (OME), de forma que palavras ou expressões evocadas mais prontamente e em maior número compõem o primeiro quadrante ou elementos do núcleo central; maior frequência, porém menos prontamente evocados compõem o segundo quadrante ou elementos da primeira periferia; mais prontamente evocadas, mas com menor frequência.

Elementos do Núcleo Central		Elementos da primeira periferia	
Frequência $\geq 10,7$	OME $\leq 2,84$	Frequência $\geq 10,7$	OME $> 2,84$
Diversão	35	Conhecimento	14 3,2
2,5		Paz	14 3,1
Descanso	18	Alegria	13 3,0
2,0		Felicidade	13
Família	17	3,5	
2,8		Férias	12
Amigos	14	2,9	
2,7			
Praia	12		
2,5			
Elementos de Contraste		Elementos da segunda periferia	
Frequência $< 10,7$	OME $\leq 2,84$	Frequência $< 10,7$	OME $> 2,84$
Lazer	9	Cultura	5
2,8		4,0	
Tranquilidade	7	Conhecer	4
2,4		3,5	
Novidades	6	Amor	4
2,2		4,0	
Relaxar	5	Liberdade	4
2,2		3,2	
Sossego	5	Prazer	4
2,0		4,2	

**Quadro 1 - Estrutura da Representação Social acerca da viagem turística por baianos**

Fonte: Dados da pesquisa.

No quadro 1 são apresentados importantes elementos para a apreensão das representações sociais, dos baianos sobre a Viagem. Nesse sentido, evidencia os elementos do Núcleo Central (NC) (quadrante superior esquerdo): Diversão, Descanso, Família, Amigos e Praia; os elementos da 1ª periferia (quadrante superior direito): Conhecimento, Paz, Alegria, Felicidade e Férias; os elementos da 2ª periferia (quadrante inferior direito): Cultura, Conhecer, Amor, Liberdade e Prazer; e os elementos de contraste da representação (quadrante inferior esquerdo): Lazer, Tranquilidade, Novidades, Relaxar e Sossego.

Os resultados foram descritos a partir da proposta de Abric (1998), que destaca os termos que atenderam ao mesmo tempo aos critérios de evocação com maior frequência e nos primeiros

lugares. Ou seja, supostamente tiveram uma maior importância no esquema cognitivo dos sujeitos, se configuram com potenciais candidatos ao núcleo central da representação.

Seguindo essa perspectiva, as palavras mais repetidas pelos participantes e localizadas no quadrante superior esquerdo do Quadro 1, como Diversão, Descanso, Família, Amigos e Praia, como dito anteriormente, se configuram com potenciais candidatos ao núcleo central da representação, visto que elas foram evocadas com maior frequência e mais rapidamente.

O Núcleo Central se mostra mais resistente a mudanças, configurando-se como uma base comum propriamente social e coletiva, que segundo Abric (1998), se constitui como elemento fundamental da representação, pois é ele que determina ao mesmo tempo, sua significação e sua organização interna, podendo ser entendida como a parte não negociável da representação.

Dessa forma, foi possível identificar como possível núcleo central da representação, elementos que indicam diferentes dimensões conceituais da viagem. Como se pode verificar, tais dimensões encontram-se fundamentadas em aspectos fortemente ligados ao tipo de lazer priorizado pelo grupo. Neste todo, o termo Diversão, foi o mais frequente e prontamente evocado, seguido pelo termo Descanso. A possível centralidade da representação social da Viagem por baianos, está caracterizada pela relação entre lazer e ócio, bem, presentes na literatura do Turismo acrescentando aí os termos Família e Amigos, destacando uma visão própria do grupo pesquisado, demonstrando aí uma nova perspectiva como fator de distinção social.

Completando a estrutura da representação social, em torno do núcleo central encontra-se uma zona periférica, mais maleável e disposta a se modificar, no intuito de englobar eventos, ideias e objetos que sejam contraditórios a priori para, ao interagir com o novo, integrá-lo na representação pré-existente ou criar uma nova representação a partir desta inovação, sendo mais associada às características individuais e ao contexto imediato e contingente nos quais os indivíduos estão inseridos (ABRIC, 1998; OLSCHOWSKY, 2007).

No quadrante superior direito, observa-se os seguintes termos Conhecimento, Paz, Alegria, Felicidade e Férias pertencentes aos elementos da 1ª periferia. Que se configuram como palavras que possuem alta frequência, mas que tiveram ordem média maior, ou seja, não foram tão prontamente evocadas. Esses termos representam uma dimensão atitudinal mais afetiva e positiva em relação à ação de viajar.



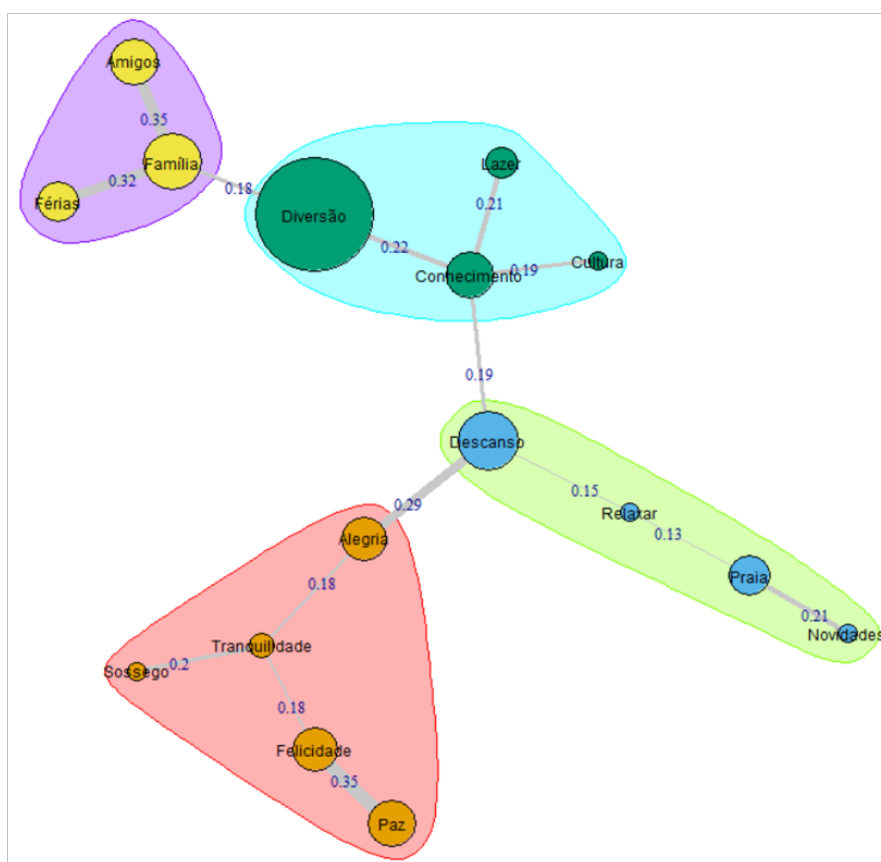
No quadrante inferior direito, elementos da 2ª periferia, encontram-se os termos, Cultura, Conhecer, Amor, Liberdade e Prazer. Os elementos presentes nesse quadrante segundo Abric (1998) são pouco frequentes e definidos como menos importantes entre os termos evocados, no entanto, se assemelham à primeira periferia no sentido de reforçar a atitude positiva em relação ao construto evocado.

No quadrante inferior esquerdo, localizam-se os elementos de contraste que apesar de rapidamente evocados, possuem baixa OME. Os quais foram: Lazer, Tranquilidade, Novidades, Relaxar e Sossego. A zona de contraste revela a existência de um grupo minoritário que possui uma representação diferente. No entanto, ainda verifica-se que esses seguem a mesma tendência dos outros quadrantes, porém acrescentando aí a noção de novidade à representação.

### 3.2 ANÁLISE DE SIMILITUDE (BAIANOS)

A análise de similitude baseia-se na teoria dos grafos, partindo da premissa que este seria o modelo matemático ideal para o estudo das relações entre objetos discretos de qualquer tipo, possibilitando assim identificar as co-ocorrências entre as palavras e os agrupamentos. Obtendo-se uma árvore máxima que evidencia a centralidade e a conexidade dos elementos constituintes da representação (ABRIC, 2003).

Essa análise de semelhanças permitiu visualizar a relação entre as palavras e a sua conectividade dentro de cada classe e por outro lado a ligação entre as várias classes. A partir da análise, foi possível verificar como os sujeitos relacionam as várias palavras, construindo dimensões acerca do objeto. Através da análise de semelhanças (Figura 1) pode-se identificar a estrutura, o núcleo central e sistema periférico da interpretação da Representação Social dos baianos acerca das viagens turísticas.



**Figura 1: Análise de similitude das Representações Sociais acerca das viagens por baianos.**

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Na árvore de similitude desenhada na Figura 1, verifica-se que o pensamento social do baiano se estrutura a partir dos termos: Diversão (35) e Descanso (18). Entende-se então, que esses termos representam práticas exercidas pelos grupos sociais, família (17) e amigos (14) como elementos de maior frequência. Pelos resultados pode-se afirmar que a noção do grupo (família, amigos) e de sentimento: alegria (13), felicidade (13) e tranquilidade (7) vão amalgamar o sentido da Representação Social sobre viagem turística junto aos baianos. Isso evidencia o papel organizador dos elementos estruturantes das representações sociais para o significado acerca do objeto representado socialmente, aqui investigado, demonstrando a variedade de noções e valores através da articulação direta uma com as outras.

O núcleo afetivo estruturado no gráfico de similitude, ainda apresenta uma dimensão normativa para o Turismo evidenciada pela articulação com as palavras Conhecimento (14),

Lazer (9) e Cultura (5). Estes elementos sugerem uma reflexão sobre um segmento específico que é o Turismo Cultural, bem como o termo Descanso que nos remete a um fator de oposição na literatura do Turismo que é o ócio.

### 3.3 ANÁLISE PROTOTÍPICA (CARIOCAS)

<b>Elementos do Núcleo Central</b>		<b>Elementos da primeira periferia</b>	
Frequência $\geq 8,52$ OME $\leq 2,82$		Frequência $\geq 8,52$ OME $> 2,82$	
Diversão	23	Dinheiro	18
2,6		3,4	
Praia	14	Cultura	12
2,1		3,3	
Descanso	13	Família	9
2,7		3,9	
Férias	9		
2,2			
Mala	9		
2,0			
<b>Elementos de Contraste</b>		<b>Elementos da segunda periferia</b>	
Frequência $< 8,52$ OME $\leq 2,82$		Frequência $< 8,52$ OME $> 2,82$	
Amigos	7	Alegria	6
2,4		3,2	
Felicidade	8	Estrada	6
2,5		3,0	
Relaxamento	5	Conhecimento	5
2,2		3,2	
Lazer	5	Cerveja	5
2,0		4,0	
		Conhecer	4
		3,8	
		Carro	4
		3,0	
		Natureza	4
		4,0	
		Paz	4
		4,8	

**Quadro 2 - Estrutura da Representação Social acerca da viagem turística por cariocas**

**Fonte: Dados da pesquisa.**

No quadro 2 verificou-se os elementos das representações sociais, dos cariocas sobre a Viagem. Nesse sentido, evidencia os elementos do núcleo central (quadrante superior esquerdo): Diversão, Praia, Descanso, Férias, Mala; os elementos da 1ª periferia (quadrante superior direito): Dinheiro, Cultura, Família; os elementos da 2ª periferia (quadrante inferior direito): Alegria, Estrada, Conhecimento, Cerveja, Conhecer, Carro, Natureza e Paz; e os elementos de contraste da representação (quadrante inferior esquerdo): Amigos, felicidade, Relaxamento e Lazer.

Os resultados foram descritos a partir da proposta de Abric (1998), de maneira semelhante ao estudo com a amostra de baianos. Seguindo essa perspectiva, as palavras mais repetidas pelos participantes e localizadas no quadrante superior esquerdo do Quadro 2, como Diversão, Praia, Descanso, Férias, Mala, como dito anteriormente, se configuram com potenciais candidatos ao núcleo central da representação, visto que elas foram evocadas com maior frequência e mais rapidamente.

Dessa forma, foi possível identificar elementos com tendência ao núcleo central da representação, a partir de uma ideia de viagem mais pragmática no sentido de pensar as suas necessidades. Corroborando como na amostra anterior, o termo Diversão foi o mais frequente e prontamente evocado, seguido pelos termos Praia e Descanso. A possível centralidade da RS, da Viagem Turística pelos cariocas, se assemelha à dos baianos, pois estão caracterizadas pela relação entre lazer e ócio, bem, como a prática exercida nesse segmento turístico presente em ambos os Estados: Turismo de Sol e Praia.

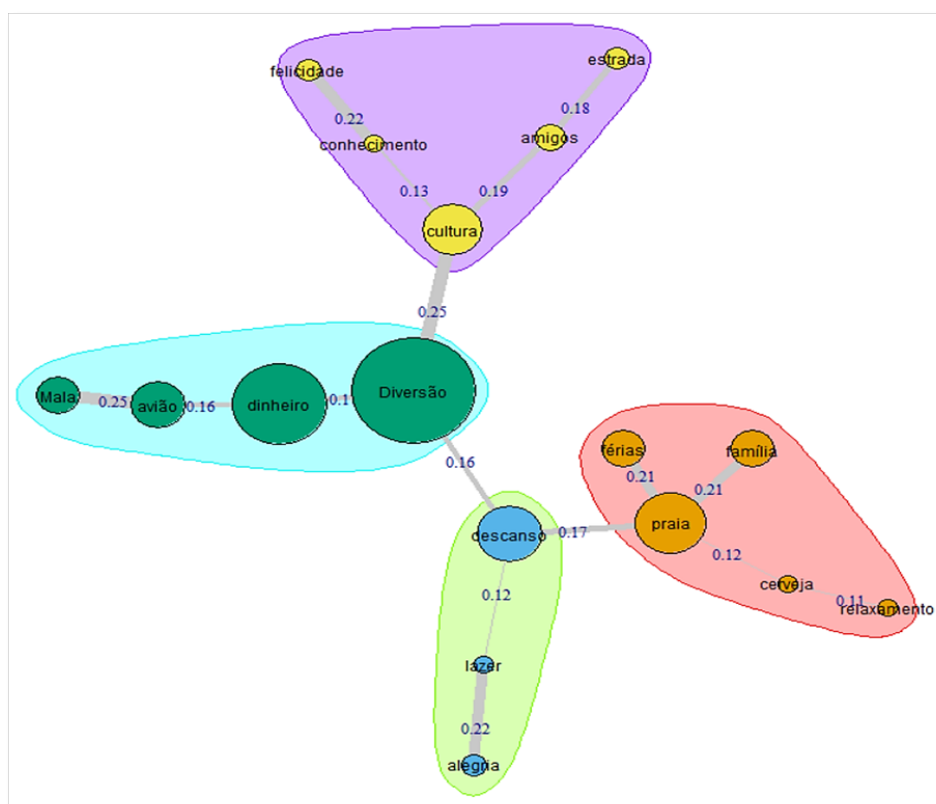
No quadrante superior direito, observa-se os seguintes termos Dinheiro, Cultura, Família pertencentes aos elementos da 1ª periferia, que se configuram como palavras que possuem alta frequência, mas que tiveram ordem média maior, ou seja, não foram tão prontamente evocadas, demonstrando que para o grupo os termos possuem importância na representação.

No quadrante inferior direito, elementos da 2ª periferia, encontram-se os termos, Alegria, Estrada, Conhecimento, Cerveja, Conhecer, Carro, Natureza e Paz. Os elementos presentes nesse quadrante segundo Abric (1998) são pouco frequentes e definidos como menos importantes entre os termos evocados, no entanto eles se alinham bastante com os elementos do núcleo central, corroborando com o aspecto operacional do ato de viajar, encontrado nos participantes cariocas.

No quadrante inferior esquerdo, localizam-se os elementos de contraste que apesar de rapidamente evocados, possuem baixa OME (ordem média de evocações). Os quais foram:

Amigos, Felicidade, Relaxamento e Lazer. Nesse quadrante verifica-se a dimensão atitudinal mais afetiva e positiva que se aproxima mais da representação dos baianos.

### 3.4 ANÁLISE DE SIMILITUDE (CARIOCAS)



**Figura 2: Análise de similitude das Representações Sociais acerca das viagens por cariocas.**

**Fonte: Fonte dos dados.**

Na árvore máxima de similitude desenhada na Figura 2, verifica-se que a representação se estrutura a partir dos termos: Diversão (23), Praia (14) e Descanso (13) elementos candidatos ao núcleo central das representações sociais do objeto investigado – viagem turística. Observa-se que estes elementos estruturantes, são protegidos pelos elementos periféricos Dinheiro (18), Cultura (12) e Família (9). Os resultados evidenciam que o objeto social - viagem –tem uma representação centrada na dimensão operacional para os cariocas, que também pode ser vista com

muita clareza na conexão Diversão, Dinheiro, Avião e Mala. A dimensão do ócio também pode ser verificada na articulação dos termos Descanso, Lazer e Alegria. A relação Praia-Família também possui destaque na análise de similitude, se conectando com os termos férias, Cerveja e Relaxamento. Nesse sentido, o segmento do Turismo de Sol e Praia é também representado e o mais praticado no Estado.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os estados brasileiros da Bahia e do Rio de Janeiro de fato constituem zonas de turismo famosas por conta de suas belas praias, entre outros chamarizes naturais e culturais. Por isso, a presente pesquisa teve como objetivo conhecer o que seus moradores, cariocas e soteropolitanos, pensam acerca do ato de viajar a partir de uma perspectiva turística.

Diante do exposto percebe-se que as representações sociais acerca das viagens turísticas tanto por baianos como os cariocas possuem bastante semelhança, fato que era esperado no estudo visto que os grupos possuem similaridades no que diz respeito ao tipo de Turismo praticado, a saber: Turismo de sol e praia e Turismo cultural, bem como suas práticas sociais de lazer e manifestações culturais que ficaram evidentes na estrutura da Representação Social de ambos (Quadro 3).

No entanto, algumas diferenças entre as representações dos grupos se mostraram interessantes a exemplo da dimensão afetiva encontrada na amostra de baianos onde a identidade social se apresenta de forma mais contundente. Para os cariocas, essa representação configurou como mais operacional e pragmática a exemplo da relação Diversão, Dinheiro, Avião e Mala, que ressalta uma maior familiaridade com o objeto.

Verifica-se ainda a noção de estereótipos presente nos dois grupos sociais estudados, a exemplo dos baianos a partir da relação viagem-diversão, bem como a dimensão mais normativa de cariocas, evidenciada na conexão Cultura, Conhecimento, Felicidade e Cultura, Amigos, Estrada, destacando mais uma vez o Turismo Cultural. Breve, o fator de oposição que é o ócio, evidenciado na conexão descanso, Lazer e alegria.

Elementos do Núcleo Central Baianos		Elementos do Núcleo Central Cariocas	
Frequência $\geq 10,7$ OME $\leq 2,84$		Frequência $\geq 8,52$ OME $\leq 2,82$	
Diversão 2,5	35	Diversão 2,6	23
Descanso 2,0	18	Praia 2,1	14
Família 2,8	17	Descanso 2,7	13
Amigos 2,7	14	Férias 2,2	9
Praia 2,5	12	Mala 2,0	9

**Quadro 3 - Comparação Núcleo Central de Baianos e Cariocas**  
**Fonte: Dados da pesquisa.**

Os resultados se situam dentro do esperado na literatura do Turismo, pois as ideias de Turismo mais encontradas no estudo de Panosso Neto (2010) também são: Férias, Viagem, Descanso, Lazer, Prazer e Fuga da realidade. Assim, a partir da comparação do núcleo estruturante da Representação Social de Baianos e Cariocas verifica-se uma semelhança entre os termos.

Destaca-se aí o papel da mídia na divulgação de informações e na influência da mesma sobre a construção do Pensamento Social sobre o Turismo. Portanto, a mídia é uma importante fonte de difusão na formação dessas representações, sendo que as mesmas influenciam nas atitudes dos indivíduos em relação à prática do Turismo, fomentando a perspectiva de que as turísticas são diferenciais no processo de reconhecimento social e a escolha de um destino vai depender de imagens favoráveis que o indivíduo tenha do lugar.

Isso ratifica os achados de Moliner e Vidal (2003) que no intuito de estabelecer as diferenças e semelhanças entre estruturas cognitivas que dizem respeito ao grupo social, identificaram que os elementos centrais de uma representação de um grupo são idênticos aos elementos estereotipados da categorização desse mesmo grupo, ou seja, por meio da estereotipia inicia-se um processo dedutivo de expectativas que podem incorrer com componente preditivo nas relações intergrupais (TECHIO, 2011). Tais expectativas em relação ao objeto têm valor e

evidência para os sujeitos, formando assim os elementos de uma base de uma Representação Social.

No entanto, algumas diferenças entre as representações dos grupos, se mostraram interessantes a exemplo da dimensão afetiva encontrada na amostra de baianos onde a identidade social se apresenta de forma mais contundente. Para os cariocas essa representação configurou como mais operacional e pragmática a exemplo da relação Diversão, Dinheiro, Avião e Mala, que ressalta uma maior familiaridade com o objeto.

Verifica-se ainda a noção de estereótipos presente nos dois grupos sociais estudados, a exemplo dos baianos a partir da relação viagem-diversão, bem como a dimensão mais normativa de cariocas, evidenciada na conexão Cultura, Conhecimento, Felicidade e Cultura, Amigos, Estrada, destacando mais uma vez o Turismo Cultural. Breve, o fator de oposição que é o ócio, evidenciado na conexão Descanso, Lazer e Alegria.

Dessa forma, esse processo de investigação científica possibilitou uma base de conhecimento para pesquisas futuras, bem como pistas que podem ser utilizadas na atividade turística levando-se em consideração diversos campos teóricos e de intervenção como, por exemplo, o campo da Psicologia Social.

## 5 REFERÊNCIAS

ABRIC, J. C. **Pratiques sociales et représentations**. Paris: PUF, 1994.

ABRIC, J. C. **A abordagem estrutural das representações sociais**. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, 1998. p. 27-38.

ABRIC, J. C. **La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales**. In: ABRIC, J. C. (Org.). Méthodes d'étude des représentations sociales. Saint-Agne: ÉRÈS, 2003. p.59-80.

BARTHOLO, R. **Turismo e sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro**. Editora Garamond, 2005.



CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Tutorial para uso do software IRAMUTEQ**. 2016.

CASTRO, A. A. Turismo e carnaval na Bahia. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 3, p. 34-44, 2006. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/94/89>>

IBAÑEZ, T. **Representaciones Sociales, Teoria y Método**. In: IBAÑEZ, T. Ideologia de la vida cotidiana. Barcelona: Sendai, 1988.

JODELET, D. **Les représentations sociales: um domaine em expansion**. In: JODELET, D. (Org.). Les représentations sociales (pp. 31-61). Paris: PUF, 1989.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

MOLINER, P. VIDAL, J. Stéréotype de la catégorisation et noyau de la représentation. **Revue Internationale de Psychologie Sociale**. 2003.

MOSCOVICI, S. **La Psychanalyse son image et son public**. Paris: PUF, 1961.

OLIVEIRA, D. C. et al. Análise de evocações livres: uma técnica de análise estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; CAMARGO, B. V.; JESUÍNO, J. C.; NÓBREGA, S. M. **Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais**, João Pessoa: UFPB, 2005, p.573-603.

OLSCHOWSKY, J. C. **Mulheres na Ciência: Representação ou Ficção**, Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes da USP, 2007.

PANOSSO NETTO, A. **O que é Turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

TECHIO, E. M. **Estereótipos sociais como preditores das relações intergrupais**. In: TECHIO, E. M.; LIMA, M. E. O. Cultura e Produção das diferenças: estereótipos e preconceito, no Brasil, Espanha e Portugal. Brasília: TechnoPolitik, 2011.

**Enviado em 15/05/2020**

**Aprovado em 15/07/2021**