

Memórias de Residentes a Partir da *Fanpage* da Prefeitura do Salvador-BA: reflexão sobre a gestão da comunicação turística

Moabe Breno Ferreira Costa^aMaria Lúcia Bastos Alves^b

Resumo

Este artigo apresenta discussões desenvolvidas no doutoramento e parte da problemática de que a atual cultura de convergências e participações significativas exige das gestões municipais dos centros receptivos novas formas de compreensão e produção da comunicação turística. O objetivo deste construto é refletir sobre a comunicação turística praticada na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador, capital da Bahia, verificando sua relação com percepções de residentes sobre a cultura turística local. Trata-se de uma pesquisa qualitativa que segue o método crítico-dialético (Martins, 1994), tendo como procedimentos metodológicos a realização de entrevista semiestruturada com o então Secretário Municipal de Cultura e Turismo, monitoramento da postagem 'Salvador Meu Carnaval' na *fanpage* da prefeitura e crítica a manifestações de seguidores, além de observação participativa em eventos do calendário turístico governamental. Verifica-se uma relação cíclica entre memória digital e memória coletiva, na qual a primeira, constituída por informações institucionais e percepções de residentes disponibilizadas na rede digital, representa um caminho para o entendimento da segunda, onde estão experiências e argumentações populares sobre a cultura turística. O estudo considera a necessidade de uma metodologia específica para análise da memória coletiva a partir da *fanpage*, que estabeleça relações entre percepções, experiências sociais e formulações cognitivas dos usuários. Sugere-se que, por meio desta memória, a administração pode se apropriar de signos contemporâneos da cultura, atualizando continuamente a gestão da comunicação turística.

Palavras-chaves: Cultura turística; *Fanpage*; Memória digital; Memória coletiva; Gestão da comunicação turística.

Abstract

Memories of Local Residents from the *Fanpage* of Salvador-BA City Hall: reflection on the management of tourist communication

This article presents discussions developed in the doctorate and it proposes that the current culture of convergences and significant participation requires new forms of production and understanding of tourist communication from the municipal managements of tourist centers. The purpose of this paper is to reflect on the tourist communication used on the *Fanpage* of the City Hall of Salvador, capital of Bahia, analyzing its relationship with local residents' perceptions about the tourist culture in the city. This is a qualitative research that follows the critical-dialectical method (Martins, 1994), using as methodological procedures a semi-structured interview with

- a. Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo (PPGTUR) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. E-mail: moabebreno@hotmail.com
- b. Pós-doutorado em Sociologia pela Roehampton University, Londres, Inglaterra. Docente do Departamento de Ciências Sociais, Programas de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) e em Ciências Sociais (PPGCS) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. E-mail: mluciabastos29@yahoo.com.br

the former Municipal Secretary of Culture and Tourism, monitoring of the post '*Salvador Meu Carnaval*' on the fanpage of the City Hall and reviews on followers' demonstrations, in addition to participatory observation at events in the government tourism calendar. There is a cyclical relationship between digital memory and collective memory, in which the first, constituted by institutional information and local residents' perceptions made available on the digital network, represents a path for understanding the second, where it's possible to find popular experiences and arguments about the tourist culture. The study considers the need for a specific methodology for analyzing collective memory from the fanpage, which establishes relationships between users' perceptions, social experiences and cognitive formulations. It is suggested that, through this memory, the administration may take ownership of contemporary signs of culture, continuously updating the management of tourist communication.

Keywords: Tourist culture; Fanpage; Digital memory; Collective memory; Management of tourist communication.

Resumen

Memorias de los Residentes de la *Fanpage* del Ayuntamiento de Salvador-BA: reflexión sobre la gestión de la comunicación turística

Este artículo presenta discusiones desarrolladas en el doctorado y parte de la problemática de que la cultura actual de convergencias y participación significativa requiere nuevas formas de comprensión y producción de comunicación turística a partir de las gestiones municipales de los centros receptivos. El objetivo de este constructo es reflexionar sobre la comunicación turística practicada en la *Fanpage* del Ayuntamiento de Salvador de Bahía, verificando su relación con las percepciones de los residentes sobre la cultura turística local. Esta es una investigación cualitativa que sigue el método crítico-dialéctico (Martins, 1994), utilizando como procedimientos metodológicos una entrevista semiestructurada con el entonces Secretario Municipal de Cultura y Turismo, monitoreando las publicaciones "Salvador Meu Carnaval" en la *Fanpage* del ayuntamiento y críticas a las manifestaciones de los seguidores, además de la observación participativa en eventos en el calendario turístico del gobierno. Hay una relación cíclica entre la memoria digital y la memoria colectiva, la primera, constituida por información institucional y percepciones de los residentes disponibles en la red digital, representa un camino para la comprensión de la segunda formada por las experiencias y argumentaciones populares sobre la cultura turística. El estudio considera la necesidad de una metodología específica para analizar la memoria colectiva de la fanpage, que establece relaciones entre las percepciones de los usuarios, las experiencias sociales y las formulaciones cognitivas. Se sugiere que, por medio de esta memoria, la administración puede apropiarse de los signos culturales contemporáneos, y actualizar continuamente la gestión de la comunicación turística.

Palabras clave: Cultura turística; *Fanpage*; Memoria digital; Memoria colectiva; Gestión de la comunicación turística.

INTRODUÇÃO

De acordo com Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 92), o turismo "pode ser visto como o reflexo de práticas sociais e que envolve também representações sociais". Tal perspectiva é reiterada por meio de uma abordagem sobre as manifestações da cultura popular de Salvador, capital da Bahia. Frutos da relação dos residentes com a cidade (e destes entre si), tais práticas sociais assumem legitimidade turística na medida em que representam percepções, experimentações e compreensões desses autóctones sobre a própria cultura, tendo capacidade de

atrair pessoas de outras localidades. Neste processo, se dá a construção de memórias coletivas sobre o turismo, que correspondem a produções humanas em locais de sociabilidade, associando-se diretamente à identidade cultural.

Ao (re)produzir signos da cultura, elementos da memória podem ser convertidos em matéria-prima para a promoção turística. Maccannell (2003) considera as práticas sociais que ocorrem nos centros receptivos como signos turísticos, reunindo informações específicas capazes de atingir a percepção de interlocutores. De acordo com Peirce (2005), signos podem ser quaisquer coisas que representem quaisquer coisas para alguém, estimulando a percepção. Assim como Freud (2003), o semioticista considera a percepção como um efeito mental provocado por um elemento externo a uma mente que interpreta. Portanto, todo conteúdo dissipado por meio de plataformas digitais, como o *Facebook*, pode estimular percepções sobre determinado fato, apontando para experiências sociais.

Neste âmbito, compreende-se a comunicação turística como construções ritualísticas de processos interativos que partem de instâncias de delimitação, estabelecendo ciclos contínuos e inacabáveis entre produção e recepção de conteúdos nas plataformas de mídia, por meio das quais circulam infinitudes de signos, produzindo sentidos sociais em dimensões espaço-temporais diversas¹. O conceito tem fundamento também na discussão sobre cultura de convergências e participação significativa proposta por Jenkins (2009; 2014) que centra a dinâmica da comunicação contemporânea no pensamento dos interlocutores, onde dá-se a conexão entre tecnologias e ações sociais, políticas e econômicas.

Especificidades do *Facebook* como facilidades de compartilhamentos, possibilidades de encontrar amigos, multilinguagem, facilidades de atualizações e de mutações, além de ser lugar de *lifestream* e de discussões sobre temas sociais, o configuram como uma plataforma ideal para a construção de rituais comunicativos. No *Facebook*, cidadãos manifestam suas percepções sobre as culturas, como a turística, gerando um fluxo de conteúdos que integram memórias digitais. Estas, por sua vez, apontam para experiências coletivas que constituem memórias sociais – memórias coletivas.

Entre memória digital e coletiva há um sistema de significações dotado de saberes, códigos, linguagens, afetos, frustrações, desejos, informações, coesões, conflitos e demais aspectos das individualidades dos usuários que apontam para suas relações sociais. Tudo isso torna a plataforma lugar ideal para difusão de informações da administração pública e para esta compreender o pensamento popular.

Por meio da *Fanpage*² da Prefeitura Municipal de Salvador (2019), soteropolitanos entram em contato direto com a administração, reivindicando direitos e manifestando suas percepções sobre a cidade. Embora a administração da página tenha mecanismos de controle, como possibilidades de excluir comentários, bloquear usuários e determinar o que deve ou não ser compartilhado, seus seguidores são livres para interagirem, seguindo seus impulsos. A *fanpage* é a rede digital³ com o maior número de seguidores da organização. Até a redação deste texto,

1. Conceito gerado na pesquisa de doutoramento de Moabe Costa no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas ao Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

2. *Fanpages* – páginas de fãs, no Facebook: <https://www.facebook.com/prefeituradesalvador/>

3. A gestão municipal mantém contas no Instagram, Twitter e Flickr.

identificou-se o total de 250.619 usuários que interagem diariamente com conteúdos referentes a ações da gestão em suas diversas áreas.

No período de um mês (12/12/17 a 30/01/18), o total de interações em 18 publicações turísticas (88.575), foi quatro vezes maior que nas 31 referentes a outras áreas de atuação da prefeitura (20.434). Nos comentários, o residente comumente associava o conteúdo turístico ao cotidiano, indicando a relação direta entre turismo e modo de vida.

Por tais contextualizações, propõe-se neste estudo uma reflexão sobre a comunicação turística praticada na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador, capital da Bahia, verificando sua relação com percepções de residentes sobre a cultura turística local. O trabalho está dividido em quatro tópicos. Inicia-se pela descrição do método (crítico-dialético) e dos procedimentos operacionais da pesquisa. Em seguida (Memória coletiva e a construção do calendário turístico em Salvador), há uma relação entre memória coletiva e a institucionalização de manifestações culturais como atrativos turísticos.

Depois (Construção da memória digital turística na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador), tem-se uma crítica ao conteúdo manifesto pelos residentes na página. Por fim (Reflexão sobre percepção e comunicação turística), discute-se que as manifestações de residentes na *fanpage* governamental correspondem a percepções que integram a memória digital, comportando-se como indicadores de perspectivas sociais, não podendo ser consideradas como formulações conceituais sobre a cultura turística praticada no destino.

Conclui-se que o conteúdo manifesto pelo residente representa um caminho importante “para entender o significado das intencionalidades humanas como parte integrante da formação do ambiente” (Ribeiro e Higuchi, 2008, p.477). Portanto, o estudo da memória digital é o passo inicial para compreensões sobre memórias coletivas turísticas. Estas contêm signos que podem orientar a promoção do destino, mas para identificá-los e compreendê-los é preciso um procedimento específico de análise da memória turística a partir das redes digitais.

METODOLOGIA

A metodologia deste artigo tem caráter crítico-dialético, caracterizando uma pesquisa qualitativa. Parte-se do materialismo histórico e se apoia na concepção dinâmica da realidade, incluindo relações dialéticas entre sujeito e objeto, conhecimento e ação. As discussões são embasadas nas experiências sociais e processos históricos, no sentido de desvendar conflitos de intenções e de interesses, tendo fins transformadores. Conforme pondera Martins (1994, p. 24), o método busca a “inter-relação do todo com as partes e vice-versa, da tese com a antítese”, de modo que a validade científica se dá no processo de correlações.

É preciso desenvolver uma lógica interna da pesquisa a partir de procedimentos metodológicos, que devem fomentar articulações entre teorias e práticas. Para tanto, realizou-se entrevista ao então Secretário Municipal de Cultura e Turismo de Salvador, no dia 11 de abril de 2017⁴, com questões semiestruturadas.

4. Entrevista realizada na sede do órgão (Bairro da Graça, s/n, Salvador).

Efetua-se observação participativa no Carnaval e Festa do Senhor do Bonfim, no ano de 2018, considerados pelo gestor, importantes eventos turísticos de Salvador. Para Martins (1994), a observação participativa é uma estratégia de pesquisa que permite ao pesquisador partilhar de experiências no ambiente estudado. Também, realizou-se monitoramento da publicação 'Salvador Meu Carnaval', entre os dias 13 a 20 de janeiro de 2018, disponibilizada na *fanpage* da prefeitura. Justifica-se a escolha da postagem por se referir ao principal atrativo turístico do destino, segundo o secretário entrevistado.

As 19 manifestações de usuários que integram a amostragem foram escolhidas pelo modelo intencional não probabilístico por julgamento. De acordo com Martins (1994), trata-se da definição de critérios para selecionar objetos do estudo. A escolha dos comentários considerou: 1) serem manifestos na semana de monitoramento da postagem; 2) serem gerados por residentes (informação constada na página pessoal do usuário); 3) diversidade de contexto; 4) associação da publicação ao cotidiano do destino.

MEMÓRIA COLETIVA E A CONSTRUÇÃO DO CALENDÁRIO TURÍSTICO EM SALVADOR

Na perspectiva de Maccannell (2003) e de Lohmann e Panosso Netto (2012), que propõem a representação turística a partir das práticas sociais, e de Bauman (1999), que traz perspectivas de Freud (2003) para o campo do turismo, entende-se a promoção turística como um processo de expansão de realidades, cujas contextualizações de residentes permitem observâncias sobre angústias e prazeres. Nestes contextos estão fluxos contínuos de atualizações identitárias, imprescindíveis para se compreender a dinâmica turística como processos reticulares que constituem uma cultura no local onde ocorre.

Considera-se que a cultura turística corresponde à totalidade de processos políticos, econômicas, sociais, informacionais e tecnológicos que ocorrem em um local, fomentando formulações perceptivas, interativas e cognitivas de residentes, que criam sistemas de significações capazes de atrair pessoas de outros lugares. Assim, reveste-se de virtualidades, gerando cidadãos ao mesmo tempo globalizados e individualizados por meio de movimentos que atualizam continuamente memórias de anfitriões e visitantes sobre o lugar.

A memória está manifesta no cotidiano das relações sociais, em operações mentais que situam o indivíduo na cultura e também situam a cultura no indivíduo, o que aponta para a existência de diversas memórias sobre as culturas. Para Le Goff (1994), a memória é uma construção psíquica, intelectual, seletiva e temporal dotada de sentidos, correspondendo a uma representação cultural. De acordo com Halbwachs (1990), a memória se forma a partir de um processo social de reconstrução do passado, com caráter múltiplo e reflexivo. Só é possível lembrar o passado se ele estiver presente em situações contemporâneas.

Ressalta-se, com Nora (1993), a importância de lugares onde ocorrem compartilhamentos de percepções, experiências e cognições individuais, indicando a constituição de coletividades. Estes 'lugares de memória', como a *Fanpage* da Prefeitura do Salvador, têm ao mesmo tempo e em graus diversos, sentidos materiais (por apresentarem existência concreta), simbólico (por reunirem elementos

de representação) e funcional (por promoverem especificidades e dinâmica da cultura). Tais ambiências são ideais para a conversão de subjetividades em ações, desencadeando processos criativos imbricados à inovação, que permitem ressignificações culturais e operacionais.

A cultura turística da capital baiana é produzida a partir de processos interativos dotados de relações entre história e contemporaneidade. Nesta articulação, ocorre a construção de memórias onde se atualizam os sentidos sociais. Tal concepção pode ser contextualizada a partir do calendário turístico de Salvador, institucionalizado pela Prefeitura Municipal, no qual a festa momesca é o elemento principal, segundo o então secretário de Cultura e Turismo. Conforme disse, para a gestão municipal, o ponto alto do turismo soteropolitano é o Carnaval, que “se confunde com a própria cultura da cidade”.

De acordo com Le Goff (1994), a secularização e laicização das festas facilitam a proliferação de celebrações, e por elas a alimentação da memória, visto que em cada evento estão contidos signos de representação da cultura.

A comemoração apropria-se de novos instrumentos de suporte: moedas, medalhas, selos de correio multiplicam-se. A partir de meados do século XIX, aproximadamente, uma nova vaga estatuária, uma nova civilização da inscrição (monumentos, placas de paredes, placas comemorativas nas casas de mortos ilustres) submerge às nações europeias. Grande domínio em que a política, a sensibilidade e o folclore se misturam e que espera os seus historiadores. A França do século XIX encontra em Maurice Agulhon, autor de estudos sobre a estatuomania, o seu historiador das imagens e dos símbolos republicanos. O desenvolvimento do turismo dá um impulso notável ao comércio de souvenir. (Le Goff, 1996, p. 464)

Essa perspectiva contextualiza a construção de dinâmicas sociais que geram memórias turísticas em Salvador. Como observa o então Secretário Municipal de Cultura e Turismo, o calendário de eventos do município está diretamente ligado às manifestações do residente, misturando celebrações de interfaces religiosas, festas populares e o comércio de *souvenires* e serviços turísticos. Verifica-se, segundo Getz (2008, p. 403), que tais eventos exercem papéis preponderantes para a “construção da comunidade, desenvolvimento urbano e cultural, renovação, fomentando identidades (tradução livre)”. Assim, reitera-se que na capital baiana, o turismo não é o fator primeiro de motivação para a realização de eventos populares, ele é uma consequência do sistema de significações por eles produzido.

De acordo o então Secretário Municipal de Cultura e Turismo, as principais datas festivas do Salvador e que compõem seu calendário turístico, têm início em quatro de dezembro, quando se comemora a Festa de Santa Barbara, que na interface com as religiões de matriz africana, é associada à Iansã, a orixá dos ventos e trovões; segue em oito de dezembro (Nossa Senhora da Conceição, padroeira da cidade, que se associa a Oxum, a orixá das águas doces); em seguida são realizados eventos de Natal e Réveillon, que desde o ano de 2013, foi transformado em Festival Virada Salvador.

Após a comemoração pela chegada do novo ano, a cidade respira festas. Têm início os ensaios preparatórios para o Carnaval dos tradicionais blocos afros (Ilê Ayê, Olodum, Cortejo Afro, Muzenza, Malê de Balê, que misturam festa e religião), e de grupos da cultura *pop* como o Harmonia do Samba, Timbalada, É o Tchan, além do Baile da Santinha e Bailinho de Quinta. Em janeiro, celebra-se o

Senhor do Bonfim (Oxalá, na interface religiosa), em dois de fevereiro, as homenagens são para Iemanjá, a Rainha do Mar. Em seguida, ocorre o Carnaval; e no dia 29 de março, encerra-se o calendário popular/turístico oficial da alta estação, com o Festival da Cidade, comemorando a fundação do município.

Este calendário existe independente do fluxo turístico, e segundo o então secretário de Cultura e Turismo, ele é responsável pela transformação da capital baiana no maior centro receptivo do Nordeste. Tais eventos históricos e contemporâneos situam a memória no cerne da dinâmica turística, e, de certo modo, explicam porque as gestões municipais concentram esforços na promoção turística de Salvador no verão. O calendário ratifica a importância da apropriação de elementos da memória para a dinâmica turística e para estimular a percepção do residente sobre si mesmo, pois estes eventos revelam a dinâmica local. Além da interface entre a cultura europeia e a afro-baiana, as celebrações religiosas são marcadas pela mistura entre sagrado e profano. Em Salvador, a 'reza' sempre termina em "samba, suor e cerveja", numa paráfrase a versos de Caetano Veloso na canção "Chuva, suor e cerveja", lançada na década de 1970.

O Carnaval e a Lavagem do Senhor do Bonfim, por exemplo, associam, à interface religiosa, manifestações políticas, econômicas e artísticas, entre outras relações que constituem baianidades. Como identificado durante observação participativa, nestes eventos estão em evidência arquitetura, natureza, religiosidade, culinária, costumes, sensualidade e sexualidade, política, economia, alegria, irreverência entre outros elementos de um tipo de baianidade que orienta a atual comunicação turística da Prefeitura do Salvador. Desse universo interativo e relacional, descendem articulações entre celebrações turísticas e setores sociais, constituindo memórias turísticas.

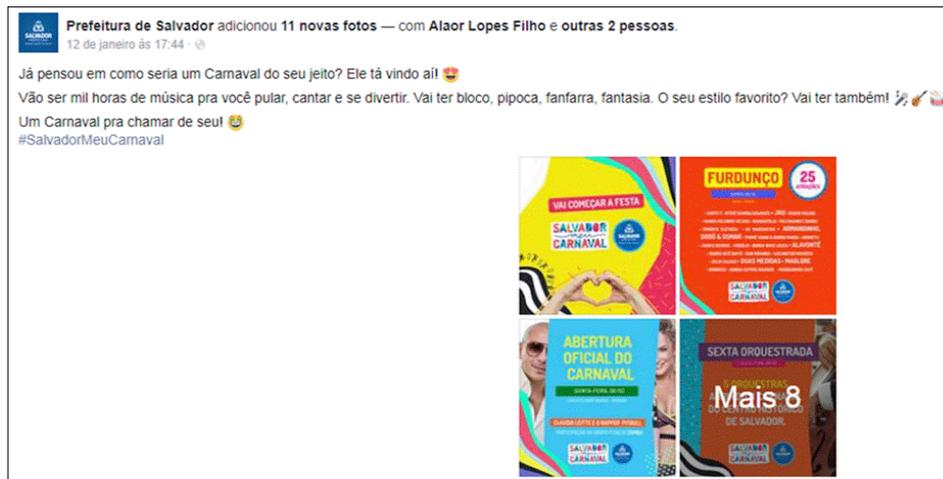
Nas trilhas de Maccannell (2003), considera-se que essa dinâmica turística gera e alimenta espaços informacionais dotados de signos e significações. Assim, nesse atual contexto de convergências e participação significativa, como estabelece Jenkins (2009; 2014), reitera-se que em plataformas digitais, a memória surge a partir de momentos vivenciados sensorialmente, constituindo atos mentais. Estes se manifestam como percepções individuais que indicam quadros sociais.

Na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador há uma circulação infinita de signos e de significações nas narrativas oficiais e dos residentes que associam prazeres e angústias cotidianas ao turismo. Como está demonstrado no tópico seguinte, se por um lado as comemorações trazem alegrias e prazeres; por outro, são dotadas de situações que provocam lamentos e angústias, apontando para diferentes memórias turísticas representadas no ambiente digital.

Construção da memória digital turística na *fanpage* da prefeitura do salvador

Enquanto a Prefeitura do Salvador reverbera o discurso da festa, alegria e felicidade nas publicações turísticas em sua *fanpage*, residentes associam tais prazeres a angústias do cotidiano como desemprego, precários serviços de saúde, educação, mobilidade e de segurança, conflitos políticos, econômicos e raciais, além de apresentarem preocupações com a industrialização das manifestações locais. Este contexto está ilustrado nos processos interativos da postagem Salvador Meu Carnaval (Figuras de 1 a 20), que integrou a campanha de promoção turística 2018.

Figura 1 – Publicação “Salvador Meu Carnaval”



Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 2 – Usuário 01 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Opá! Que maravilha! Tá todo mundo bem empregado em Salvador, bons salários, todos os hospitais e Upas funcionando com o melhor atendimento possível, escola e creches não faltam, assim como comida na mesa de toda a população, agora podemos pagar os melhores artistas e fazer festa, assim dona Maria e seu José podem pagar um bom dinheirinho pra botar aquele isopor com cerveja (mais só aquela patrocinadora) e tirar um trocado. Viva o carnaval! Viva a prefeitura! Viva o povo brasileiro q sempre faz as melhores escolhas, claro, pular carnaval e vamos esquecer q os políticos aumentaram o salário do povo em 1,81% porém o deles em 25%, coisa pouca, o povo não precisa do capricho de comer bem, muito menos de comprar remédios, todos muito saudáveis, aliás lazer o governo dá de graça, né? Carnaval

12 de janeiro · Curtir · 18 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 3 – Usuário 02 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Ainda sem saber qual a data de Pedro Pondé. Era a atração que almejava curtir no evento. Cadê? Poderiam responder?

16 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 4 – Usuário 03 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Verdade Neto vc tá certo só te fale uma coisa Escola que bom nada posto de saúde. Upa nada mais tá bom alias. Tá e ÓTIMO ACM NETO

13 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 5 – Usuário 04 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Pitbull aqui to dentro, salvador está arrasando, têm festa pra todo mundo, aqui é junto e misturado!!

12 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 6 – Usuário 05 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Que tal investir um pouco desse dinheiro na saúde educação creches ,e principalmente na segurança em invista só um pouquinho pois vai fazer um pouco de diferença pra nós bahianos que não vivemos só de festa não obrigada 😊

12 de janeiro · Curtir · 7 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 7 – Usuário 06 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Não deixe o Carnaval do campo grande/avenida acabar 😞
12 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 8 – Usuário 07 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

ainda bem que é de graça
13 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 9 – Usuário 08 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

isso é só o pré carnaval...
13 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 10 – Usuário 09 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Pão e circo para o povo!! 🍞🍞🍞🍞
23 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 11 – Usuário 10 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

É mole? Porque as vagas de trabalho não são divulgadas assim? As bolsas para estudo ?
14 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 12 – Usuário 11 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Lembrei da gente no ano passado!  !!
12 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 13 – Usuário 12 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Já pensaram em desconto no IPTU dos moradores do circuito que tem suas rotinas alteradas por conta do carnaval? Pelo menos um semana fora de casa. Isso gera um custo alto, além do transtorno do trânsito em todo o período pré e pós festa.
15 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

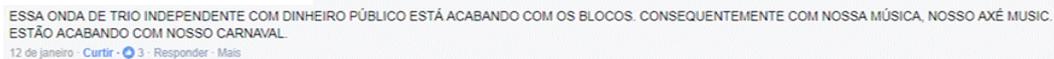
Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 14 – Usuário 13 da publicação “Salvador Meu Carnaval”

Acabou o furdunço do Campo Grande na sexta????? O melhor do carnaval de salvador? Não To acreditando!!!!
16 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 15 – Usuário 14 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



ESSA ONDA DE TRIO INDEPENDENTE COM DINHEIRO PÚBLICO ESTÁ ACABANDO COM OS BLOCOS. CONSEQUENTEMENTE COM NOSSA MÚSICA, NOSSO AXÉ MUSIC. ESTÃO ACABANDO COM NOSSO CARNAVAL.
12 de janeiro · Curtir · 3 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 16 – Usuário 15 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



Já poderia soltar hoje também a programação oficial!
12 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

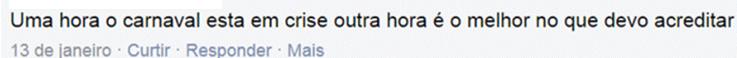
Figura 17 – Usuário 16 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



Afff, como sempre a prefeitura tombando a gente! Cadê Pedro Pondé aí?? Melhoremm
15 de janeiro · Curtir · 3 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

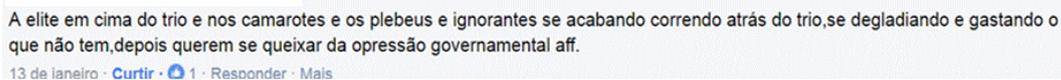
Figura 18 – Usuário 17 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



Uma hora o carnaval esta em crise outra hora é o melhor no que devo acreditar
13 de janeiro · Curtir · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 19 – Usuário 18 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



A elite em cima do trio e nos camarotes e os plebeus e ignorantes se acabando correndo atrás do trio, se degladiando e gastando o que não tem, depois querem se queixar da opressão governamental aff.
13 de janeiro · Curtir · 1 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

Figura 20 – Usuário 19 da publicação “Salvador Meu Carnaval”



dá pra curtir muito viu
13 de janeiro · Curtir · 2 · Responder · Mais

Fonte – Prefeitura de Salvador (2018)

No período de monitoramento da postagem, foram identificadas mais de 1,2 mil curtidas e manifestações de *emoticons*, 273 compartilhamentos, 509 comentários, incluindo turistas e residentes. Estes processos interativos colaboram para a produção da memória digital turística (ou das memórias), constituindo arquivos de percepções sobre o turismo na internet. Segundo Palácios (2003), a memória digital tem caráter múltiplo, instantâneo e cumulativo, grande potencialidade de arquivamento, flexibilidade combinatória e velocidade de acesso do ciberespaço.

Esta intercomunicabilidade suscita sistemas de significações nos quais circulam uma imensidão de signos, gerando efeitos na produção e recepção de conteúdos. Como ilustram as figuras acima, a *fanpage* da gestão municipal assume ao mesmo tempo dimensões simbólica, funcional e material, pois nos processos interativos, interlocutores atualizam aspectos de suas vivências, destacando fatos da

sua trajetória individual, características de seu grupo e da história local. Assim, o conteúdo manifesto aponta para diferentes experimentações e conceptualizações sobre o lugar, confirmando a complexidade que envolve a produção da memória digital, que é composta por documentos indicativos da memória coletiva.

Os documentos têm funções de armazenamento de informações, possibilitando a interlocutores demarcarem, memorizarem e registrarem conteúdos em ritos comunicacionais realizados em um contexto espaço-temporal, exercendo funções simbólicas. Por isso, “todo documento tem em si um caráter de monumento e não existe memória coletiva bruta” (Le Goff, 1994, p. 433), pois na memória sobre a cidade turística, estão formulações que revelam a evolução social e também o desenvolvimento urbano, constituindo operações cognitivas.

Considera-se, com base em Foucault (2014), que a crítica ao documento permite reflexões sobre essas operações cognitivas. É possível inferir pela memória como os documentos se transformam em monumentos, ou seja, como os documentos assumem caráter simbólico, representando a cultura.

O documento, pois, não é mais para a história, essa matéria inerte através da qual ela tenta reconstituir o que os homens fizeram ou disseram, o que é passado e o que deixa apenas rastros: ela procura definir no próprio tecido documental, unidades, conjuntos, séries, relações. [...] o documento não é o feliz instrumento de uma história que seria em si mesma, e de pleno direito, *memória*; a história é para uma sociedade uma certa maneira de dar *status* e elaboração à massa documental de que ela não se separa. (Foucault, 2014, p. 8)

Os enunciados que integram a amostragem desse estudo são documentos que denunciam formas e consciências de como a cultura está nos interlocutores e com eles estão na cultura. No conteúdo manifesto pelos usuários estão suas percepções sobre a festa carnavalesca, apontando para suas relações com a cidade. Há sugestões de como residentes se percebem no local em que vivem e como percebem a dinâmica que impulsiona (e deriva) do turismo. Ao contrário da prefeitura que manifesta o turismo como uma segunda realidade (uma realidade idílica), o residente o percebe como um processo do cotidiano, estando associado a todas as dimensões da vida.

No conteúdo manifesto pelos usuários (Figuras de 2 a 20), estão indicativos de valores da atualidade, representando um contínuo movimento de experimentações e fricções sociais bem como de formulações sobre a cultura. Uma crítica a estes conteúdos propõe reflexões sobre questões de angústias e prazeres procedentes da psicanálise freudiana e que Bauman (1999, p. 8) traduz para o cotidiano. “Os prazeres da vida civilizada, e Freud insiste nisso, vêm num pacote fechado com os sofrimentos, a satisfação com o mal-estar, a submissão com a rebelião”.

Por exemplo, alguns usuários fazem uma crítica à festa, sinalizando problemas socioeconômicos: “pão e circo para o povo” (Figura 10); “É mole? Porque as vagas de trabalho não são divulgadas assim? As bolsas para estudo” (Figura 11); “a elite em cima do trio e nos camarotes, e os plebeus e ignorantes se acabando correndo atrás do trio, se digladiando e gastando o que não têm, depois querem se queixar da opressão governamental” (Figura 19). Já outros mostram contentamento com a folia: “já poderiam soltar a programação oficial” (Figura 16); “[...], ainda bem que é de graça” (Figura 9), “[...], dá pra curtir muito, viu” (Figura 20).

Outros sinalizam lembranças e preocupações com tradições do Carnaval: “lembrei da gente ano passado! [...]!!” (Figura 12); “não deixem o Carnaval do Campo Grande/Avenida” (Figura 7); e o usuário 14 (Figura 15) grita: “essa onda de trio independente com dinheiro público está acabando com os blocos, consequentemente com nossa música, nosso *axé music*. Estão acabando com nosso Carnaval”. Por outro lado, o usuário 12 (Figura 13), manifesta uma sugestão:

Já pensaram em desconto no IPTU dos moradores do circuito que têm suas rotinas alteradas por conta do Carnaval? Pelo menos uma semana fora de casa. Isso gera um custo alto, além do transtorno do trânsito em todo o período pré e pós-festa.

Estas contextualizações sobre o Carnaval sinalizam que o turismo exerce papel singular no lugar onde ocorre. Nele, estão a materialização e sacralização de experiências sociais e suas complexidades, criando, na mente dos residentes, perspectivas sobre diversos setores sociais. Isso os leva a exigirem condições adequadas para a vivência cotidiana na cidade e, consequentemente, para o receptivo turístico. O que ilustra a manifestação, dotada de ironias, do usuário 01 (Figura 2):

Opa! Que maravilha! Tá todo mundo bem empregado em Salvador, bons salários, todos os hospitais e Upas funcionando com o melhor atendimento possível, escolas e creches não faltam, assim como comida na mesa de toda a população, agora podemos pagar os melhores artistas, fazer festa, assim dona Maria e seu José podem pagar um bom dinheirinho para botar aquele isopor com cerveja (mas só aquela patrocinadora) e tirar um trocado. Viva o carnaval! Viva a prefeitura! Viva o povo brasileiro que sempre faz as melhores escolhas, claro, pular carnaval, e vamos esquecer que os políticos aumentaram o salário do povo em 1,81%, porém o deles em 25%, coisa pouca, o povo não precisa do capricho de comer bem, muito menos comprar remédio, todos muito saudáveis, aliás, lazer o governo dá de graça, né? Carnaval.

O usuário envolve diversas questões do cotidiano e recorre a lembranças do passado associando-as ao presente. Ele cria uma problemática em torno do produto turístico, estabelecendo relações com saúde, educação, moradia, trabalho. Evoca a história do povo brasileiro e relações políticas para descrever o cotidiano e suas perspectivas de futuro. Sua percepção aponta para uma vontade em encontrar um ponto de equilíbrio entre prazeres e angústias, como se estivesse em busca de uma estabilidade completa, de uma constância, que lhe assegure uma vida plena.

De acordo com o princípio do prazer de Freud (2003), essa busca por estabilidade consiste na sobreposição da consciência de realidade ao prazer.

Sob influência dos instintos de autopreservação do ego, o princípio do prazer é substituído, pelo princípio de realidade. Este último princípio não abandona a intenção de fundamentalmente obter prazer; não obstante, exige e efetua o adiamento da satisfação, o abandono de uma série de possibilidades de obtê-la, e a tolerância temporária do desprazer como uma etapa no longo e indireto caminho para o prazer. (Freud, 2003, p. 12)

Consideram-se que as narrativas dos residentes ultrapassam as fronteiras simbólicas instituídas pela comunicação turística do poder municipal. Elas apontam

para diferentes realidades sociais e geram movimentos críticos diversos que indicam memórias distintas sobre o destino. Como observa Volli (2007, 296), “o fato de que um texto ou uma prática produzam um significado implica que existem elementos materiais e políticos próprios de cada sistema de representações”. Ao sinalizarem problemáticas sociais a partir das comunicações turísticas, os seguidores da *fanpage* do poder municipal apontam para as instabilidades e complexidades da cultura turística, envolvendo nela diversos setores sociais.

Esta contextualização leva à perspectiva de que os processos interativos em redes digitais, cada vez mais estimulam residentes de centros receptivos a pensarem suas vidas e seus cotidianos para além dos signos turísticos estabelecidos pelo poder público, construindo suas próprias narrativas sobre a cultura turística. Chamam a atenção para a necessidade de mudanças nas práticas comunicacionais e operacionais da instituição. O que há de novo nisso tudo é que a narrativa do residente acabava fazendo parte da promoção turística, tornando-se elemento da comunicação e não resultado dela. Isso materializa categorias heurísticas que refletem questões da existência, problemáticas e/ou soluções da vida contidas nas fronteiras entre realidades impostas pelos discursos da gestão municipal e o cotidiano popular.

Na reflexão sobre memória e comunicação institucional, Nassar (2016, p. 93) observa que “ao lado de uma grande história organizacional, emerge um vasto contingente de histórias de pessoas não consideradas como protagonistas da história”. Isso porque a interatividade permite o deslocamento de narrativas da administração municipal do lugar de verdade e as colocam no lugar de signos que estimulam percepções dos cidadãos conectando-as às suas realidades.

Desse modo, a memória digital turística inclui dimensões diversas do cotidiano do residente (políticas, econômicas, sociais, educacionais, administrativas, étnicas, urbanas), sinalizando identidades ao lugar, por meio de discursos performativos. Segundo Bourdieu (1998), todo discurso é performativo ao estabelecer fronteiras materiais e imateriais aos lugares, delimitando espaços e estruturas de poder. As manifestações dos usuários na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador confirmam a concomitância de múltiplas baianidades, como observa Guerreiro (2005), pois muitas são as verdades que se proliferam por processos de mediação. Nestes, estão práticas culturais e elaborações mentais que representam categorias sociais.

A interatividade na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador possibilita a produção de uma memória digital turística que permite identificar práticas comunicacionais da gestão e conhecer percepções de residentes sobre o turismo soteropolitano. Na relação entre a psicanálise freudiana e a semiótica peirceana, observa-se que a percepção corresponde a uma formulação hipotética. Assim, o conteúdo manifesto na *fanpage* comporta-se apenas como elementos icônico e indical no processo interativo, não se constituindo como conceitos sobre o turismo; mas aponta para memórias coletivas turísticas.

Em crise, as narrativas tradicionais de comando e de transmissão de conhecimento foram descentradas diante das tecnologias informacionais que, potencialmente, podem partilhar o comando e difundir o conhecimento com base em um novo ambiente sociotécnico. Essa nova realidade, produz novas narrativas com forte sentido

individual, ligadas à subjetividade, à afetividade, e à busca interior, características das denominadas micronarrativas. (Nassar, 2166, p. 96).

A memória digital é um elemento emblemático da memória coletiva por apresentar percepções dos residentes usuários da rede. Para Carvalho (2010, p. 472), “a percepção dos moradores sobre o turismo é necessária para compreender como eles vêem a atividade, e como estão inseridos na mesma”. Ou seja, trata-se de um rito de passagem para penetrar na complexidade que envolve a produção da comunicação turística no âmbito do governo municipal. Mas porque na memória digital se arquivam apenas percepções? E qual a importância dessas percepções para a comunicação turística? A resposta a estas questões compõe a abordagem do próximo e último tópico.

REFLEXÃO SOBRE PERCEPÇÃO E COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

A produção de memórias digitais tem gerado diversas pesquisas sobre comunicação e turismo. No entanto, se observe que muitos desses estudos têm caráter funcionalista, tratando a comunicação como ferramentas de marketing mantendo a tradição da chamada Escola Americana. Como propõem produções de Lomhann e Panosso Netto (2012) que discutem a promoção como um dos quatro ‘Ps’ do marketing; Beni (2017) que reduz o ciberespaço a lugar de mercado, desenvolvendo conceitos de e-turismo; e Soares, Ardigó e Melo Filho (2017) que fazem um estudo entre a percepção do cliente e do guia em roteiros regionais do SESC - Santa Catarina, Brasil, por meio de inferências estatísticas.

Na mesma perspectiva, Liu e Park (2015) que apontam que as avaliações dos usuários da internet sobre produtos turísticos podem afetar estratégias de comunicação das organizações e Mendes Filho et al. (2017) que indicam que os consumidores têm nas plataformas digitais novo espaço de afirmação de suas perspectivas, desenvolveram estudos que consideram o conteúdo gerado em redes digitais como subsídios necessários à compreensão de experiências e formulações conceituais dos usuários sobre a cultura turística.

Entretanto, ao apoiarem-se somente em métodos quantitativos, tais estudos reduzem o pensamento humano a categorias estatísticas, tratando de modo funcional indicativos de subjetividades, afetividades, experiências e cognições, que correspondem a aspectos qualitativos das atividades sociais. Por isso, ratifica-se que o conteúdo manifesto em redes digitais é apenas uma porta de entrada para se compreender o universo complexo da memória coletiva, por meio da qual devem ocorrer as atualizações da comunicação turística. A memória digital corresponde a percepções sobre o destino.

Segundo Ribeiro e Higuchi (2008, p. 477), “a percepção ambiental sob o aspecto fenomenológico constitui-se em uma realidade complexa, onde a relação mútua entre pessoas, fatos e coisas, só pode ser entendida dentro de um contexto, ainda assim, a compreensão total torna-se difícil”. Isso equivale que as construções discursivas produzidas pelas redes digitais estão enraizadas na cultura, nas dinâmicas cotidianas que apontam para experiências individuais e coletivas dos usuários da rede.

A memória digital estabelece qualificações sobre fenômenos e ações sociais, caracterizando subjetividades de usuários de uma plataforma de comunicação. Por isso, fomenta interatividades. Estas ocorrem quando o usuário se depara com elementos que estimulam excitações mentais – os perceptos. De acordo com Freud (2003), tais elementos são externos a mente do usuário e/ou se diferem daquilo que a sua mente está programada para visualizar, produzindo um ato perceptivo, que corresponde a uma ação externa à mente do receptor. A percepção é a ação interna. Portanto, embora seja uma ação mental, a percepção sobre turismo de seguidores da *Fanpage* da Prefeitura do Salvador não resulta de seus esforços mentais; representa o efeito produzido pelas publicações em suas mentes. O esforço mental resulta em formulações cognitivas.

Ao longo dos vários estágios da teoria de Freud, o aparelho aparece-nos como uma união dinâmica de opostos: do inconsciente e das estruturas conscientes; dos processos primários e secundários; das forças herdadas, “constitucionalmente determinadas”, e das adquiridas, da realidade psicossomática e da externa. Essa construção dualista continua a prevalecer mesmo na posterior topologia tripartida do id, ego e superego; os elementos intermediários e “sobrepostos” tendem para os dois polos. Encontram sua mais impressionante expressão nos dois princípios básicos que governam o aparelho mental: o princípio de prazer e o princípio de realidade. (Marcuse, 2013, p. 18)

Nas trilhas de Freud (2003), essa relação percepção-consciência constitui um sistema que fica na linha fronteira entre exterior e interior, de modo que os elementos externos à mente estimulam os elementos internos do aparelho psíquico. Assim, todo ato perceptivo a partir da memória digital é sempre primário no processo de construção da memória coletiva. É um estímulo que desperta percepções, edificando relações mentais que apontam para construções secundárias e terciárias, constituindo etapas de formação de memórias coletivas.

A construção da percepção e formação cognitiva em Freud (2003) tem equivalência na semiótica peirceana, na medida em que esta a estabelece como um primeiro efeito que o signo (a publicação Salvador Meu Carnaval) produz em uma mente interpretante (usuário), a partir de suas próprias características (modos de vida), permitindo a construção de inferências (as manifestações do usuário) sobre o objeto representado. Mas são inferências lógicas, pois são organizadas na mente a partir de elementos da memória, mesmo inconscientemente. “Contudo, embora sejam inferências lógicas, tratam-se de julgamentos que se forçam sobre a nossa aceitação e reconhecimento por meio de processos mentais sobre os quais não temos o menor domínio consciente” (Santaella, 2012, p. 95).

Embora o processo perceptivo independa da vontade do intérprete, é ele o pontapé inicial para o desenvolvimento de raciocínios lógicos, afinal, “não há absolutamente uma primeira cognição de um objeto, mas sim, que a cognição surge através de um processo contínuo” (Peirce, 2005, p. 261). Quer dizer, todo raciocínio é derivado de estímulos externos a ele, e se desenvolvem a partir de estruturas do pensamento, por isso, “toda cognição é determinada logicamente por cognições anteriores”.

A percepção não produz formulações automáticas, mas sim, formulações qualitativas, que apontam para o universo de informações contidas tanto no percepto

quanto na mente que o interpreta. Assim, na interatividade em uma *fanpage* este universo é manifesto de forma inconscientemente ou mesmo de modo impulsivo. Em Freud (2003), entende-se que esses atos regulam o princípio do prazer, pois eles expõem os conflitos pessoais e sociais entre as satisfações e angústias do cotidiano. Por isso, pode-se dizer com fundamento na semiótica peirceana que toda percepção é ambígua e só permite formulações hipotéticas.

A hipótese pode ser definida como um argumento que se desenvolve a partir da suposição de que um caráter do qual se sabe que envolve necessariamente uma certa quantidade de outros caracteres, pode ser provavelmente predicado de qualquer objeto possuidor de todos os caracteres que se sabe envolvidos por esse caráter (Peirce, 2005, p. 264)

Ou seja, nas formulações decorrentes do percepto, o intérprete sintetiza uma infinidade de suposições as associando ao seu universo informacional e vivencial. No ato perceptivo, ele constitui em sua mente uma estrutura reticular do pensamento ‘uma colcha de retalhos’, que somente a *posteriores* permite, o desencadeamento de uma racionalidade sobre aquilo a que se refere o percepto, de acordo com seus conhecimentos, atitudes, relações sociais e perspectivas. Uma prova disso é o ato dos usuários de uma *fanpage* (re)editarem suas publicações após as disponibilizarem.

Portanto, as interações analisadas na postagem “Salvador Meu Carnaval” representam sínteses de relações do residente com a cultura turística e com a prefeitura, comportando-se como uma ‘colcha de pensamentos’ que apontam para suas memórias e conhecimentos individuais. Tais manifestações correspondem apenas a uma primeira forma de organização do pensamento, funcionando com uma ‘resposta síntese’ ao estímulo provocado pela publicação governamental. O ato de comentar, inclusive, relaciona-se ao estado emocional do seguidor naquele momento.

Do ponto de vista operacional, verificam-se que as possibilidades interativas da *fanpage* oferecem a estrutura básica para o seguidor manifestar sua percepção, estabelecendo interdependências entre ação e pensamento.

Com base em C. S. Peirce, Santaella (2004, p. 151) afirma que o pensamento é inseparável da percepção e da ação. Ora, quando nos referimos à ação no ciberespaço, estamos falando da interatividade que a hipermídia não apenas possibilita, mas exige do usuário. Para realizar seus objetivos, por exemplo, comunicar-se com outros usuários nas redes sociais, o usuário precisa fazer uso dos mecanismos da interatividade como aqueles que se realizam entre o usuário e o *facebook*, graças aos recursos que essa plataforma oferece (Mittermayer e Santaella, 2014, p. 93)

A percepção do seguidor de uma *fanpage* antecipa a sua interatividade, sendo um ato cognitivo primário que o conduz a escolha do caminho adequado para manifestar suas inferências. No período de tempo em que o usuário se depara com a postagem, escolhe recursos e efetua a interatividade, ele está estruturando os elementos de sua memória para manifestação. Como propõe Peirce *apud* Santaella (2012, p. 92), “nossos próprios perceptos são resultantes de elaboração cognitiva”.

Tal perspectiva confirma a importância da apropriação de signos da memória coletiva do residente no âmbito da comunicação turística. Tal como consideram

Ribeiro e Higuchi (2008), esta assimilação aponta para processos de valorização dos moradores do destino, colaborando para o fomento ao desenvolvimento social. Do mesmo modo, para Carvalho (2010), considerar a percepção do residente é um caminho para penetrar em suas esferas de significações, identificando aspectos positivos e negativos da cultura turística.

Como a memória coletiva envolve aspectos afetivos, sensíveis, históricos e o próprio cotidiano, a percepção do usuário funciona como um termômetro que sinaliza sensações e possíveis efeitos da comunicação em suas mentes, apontando para prazeres e angústias inerentes à cultura turística. Isso implica que a comunicação turística da gestão municipal deixa de ter meramente aspecto instrumental ou funcional, assumindo também caráter consumatório.

Para Souza (2006), o aspecto instrumental relaciona-se à produção de informações precisas e prestação de serviços bem como o desenvolvimento de estratégias de divulgação. O consumatório deve estimular a subjetividade do público e sua participação nos processos comunicacionais, por isso a comunicação turística deve sempre recorrer a signos da memória coletiva. Com propõe Kunsch (2016), a interligação entre esses aspectos propõe uma visão mais complexa da comunicação organizacional, assumindo uma perspectiva mais holística no sentido de estabelecer convergências entre setores da cultura turística.

Nesse contexto, faz-se necessário ver a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social (Kunsch, 2016, p. 44-45)

Os aspectos instrumentais e consumatórios concentram dimensões da comunicação organizacional que possibilitam a construção de discursos performativos e sua penetração no consciente e inconsciente popular, atualizando continuamente sentidos sociais. Assim, para penetrar no universo cognitivo do seguidor da *fanpage* é preciso de uma metodologia de análise do discurso que permita um aprofundamento dos elementos de sua percepção manifesto em rede. Conforme perspectivas de Foucault (2014) e de Peirce (2005), a análise do discurso busca a compreensão dos conceitos sociais por meio de investigações minuciosas que interligam percepções a experiências, formulações conceituais e a conteúdos históricos.

Sendo assim, as produções científicas que seguem a corrente funcionalista apenas compreendem e favorecem às urgências da promoção mercadológica. Não dão conta de penetrarem nas complexidades das culturas turísticas, construídas e representadas por processos comunicacionais que, como visto por meio da interatividade na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador, envolvem fatores da percepção, experiência e cognição dos cidadãos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conteúdos turísticos difundidos na *Fanpage* da Prefeitura do Salvador constituem figuras imagéticas que atçam a percepção de seguidores, estimulando debates em rede, o que configura a plataforma como um lugar de memória. Nas memórias digitais dos residentes de Salvador estão indicativos de prazeres e

angústias que envolvem a cultura turística, apontando para diferentes memórias coletivas e suas baianidades.

Como na contemporaneidade, a comunicação turística deve ser pensada a partir de processos interativos, verifica-se que a gestão pública deve desenvolver métodos eficazes para entender as diferentes memórias dos residentes sobre a cultura turística, construindo seus produtos comunicacionais com base nas diversas realidades e signos que dinamizam o destino e não apenas difundindo uma realidade idílica. Afinal, limitar-se ao conteúdo gerado em rede, significa permanecer na superficialidade da comunicação funcionalista.

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (1999). *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Beni, M. C. (2017). *Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada. A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de Turismo: E-Tourism*. São Paulo, Associação Nacional de Pesquisa em Turismo.
- Bourdieu, P. (1998). *O poder simbólico*. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Carvalho, S. M. S. (2010). A Percepção do Turismo por Parte da Comunidade Local e dos Turistas no Município de Cajueiro da Praia – PI. *Revista Turismo em Análise*. v.21, n.3, 470-793.
- Freud, S. (2003). *Além do princípio do prazer*. Rio de Janeiro: Imago.
- Foucault, M. (2014). *A Arqueologia do Saber*. 8 Ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*. v. 29, n.3, 403-428.
- Guerreiro, G. (2005). A cidade imaginada: Salvador sob o olhar do turismo. *Revista Gestão e Planejamento*. Ano 6, n. 11, 06-22.
- Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Jenkins, H. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. 2 Ed. São Paulo: Aleph.
- Kunsch, M. M. K. (2016). A comunicação nas organizações: dos fluxos lineares às dimensões humana e estratégica. In M. M. K. Kunsch (Org). *Comunicação Organizacional: aportes conceituais e aplicados*. São Paulo: Summus. p. 37-58.
- Le Goff, J. (1994). *Memória*. In: História e Memória. Campinas: Unicamp.
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*. 140-151.
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A. (2012). *Teoria do Turismo. Conceitos, modelos e sistemas*. 2 ed. São Paulo: Aleph.
- Maccannell, D. (2003). *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Cd. Melusina: Barcelona.
- Martins, G. A. (1994). *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. 2 ed. São Paulo, Atlas.
- Mittermayer, T., & Santaella, L. (2014). Dialogismo no Facebook. In L. Santaella (Org). *Sóciotramas: Estudos multitemáticos sobre redes digitais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 91-100.

Marchi, C. F. (2014). A sinalização sociocultural do design do Facebook. In L. Santaella (Org). *Sóciotramas: Estudos multitemáticos sobre redes digitais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. p. 159-177.

Marcuse, H. (2013). *Eros e civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. 8 ed. Rio de Janeiro, LCT.

Mendes Filho, L., Mills, A. M., Tan, F. B., & Milne, S. (2017). Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

Nassar, P. (2016). Novas narrativas e memória: olhares epistemológicos. In M. M. K. Kunsch (Org). *Comunicação Organizacional: aportes conceituais e aplicados*. São Paulo: Summus, 2016. 193-212.

Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*. n. 10, 7-28.

Palácios, M. (2003). Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo on-line: o lugar da memória. In E. Machado & M. Palácios. (Orgs). *Modelos do Jornalismo Digital*. Salvador: Editora Calandra.

Peirce, C. S. (2005). *Semiótica*. 3 Ed. São Paulo: Perspectiva.

Prefeitura de Salvador. (2018). *Fanpage - Salvador Meu Carnaval*. Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/prefeituradesalvador/posts/?ref=page_internal. Acesso 25 abr. 2018.

Prefeitura Municipal de Salvador. (2019). *Fanpage - Sobre*. Recuperado de: https://www.facebook.com/pg/prefeituradesalvador/about/?ref=page_internal. Acesso 12 out. 2019.

Ribeiro, M. N. L., & Higuchi, M. I. G. (2008). Percepções sobre Turismo, Lazer e Conservação Ambiental: um estudo com moradores do entorno de uma reserva florestal urbana. *Revista Turismo em Análise*. v.19, n.3, 472-487.

Santaella, L. (2012). *Percepção. Fenomenologia, ecologia, semiótica*. São Paulo: Cengage Learning.

Santaella, L. (2008). Epistemologia semiótica. *Cognitio. Revista da Filosofia*. v.9, n.1, 93-110.

Soares, M. H. A., Ardigó, C. M., & Melo Filho, M. E. S. (2017). Análise da Qualidade do Serviço: um estudo entre a percepção do cliente e do guia em roteiros regionais do SESC - Santa Catarina, Brasil. *Revista Turismo em Análise*. v.28, n.3, 492-512.

Souza, P. J. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa de Comunicação dos Media*. 2 Ed. Porto. Recuperado de: <http://www.infocambiouniversitario.com.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em 15 abr. 2016.

Spadaro, A. (2013). *WEB 2.0. Redes sociais*. São Paulo: Paullinas.

Volli, Ugo. (2007). *Manual de semiótica*. São Paulo: Edições Loyola.

Recebido em: 28/07/2019

Aprovado em: 03/10/2019

CONTRIBUIÇÕES

Moabe Breno Ferreira Costa: Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, coleta e análise de dados, elaboração de tabelas, gráficos e figuras, revisão crítica redação e adequação do manuscrito às normas da RTA.

Maria Lúcia Bastos Alves: Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica e revisão crítica do manuscrito.