

## Sumário

<b>A Concepção Ideológica do Turismo de Massa.....</b>	<b>3</b>
<b>A percepção de guias de turismo do RS sobre o desenvolvimento de competências ao concluir sua formação .....</b>	<b>8</b>
<b>Com-versar Turismo e Comunicação: Amorosidade e autopoiese nas rodas de conversa como dispositivo de afetivação para a pesquisa.....</b>	<b>14</b>
<b>Educação Patrimonial no ensino fundamental: estudo de caso de São Miguel das Missões/RS. ....</b>	<b>19</b>
<b>Estudo do Perfil dos Egressos dos Cursos Técnicos do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal Catarinense.....</b>	<b>24</b>
<b>Estudo preliminar sobre a produção científica sobre gastronomia no contexto do turismo e da hospitalidade – Brasil (2004 -2014) .....</b>	<b>29</b>
<b>História Social do Turismo à luz do método dialético .....</b>	<b>35</b>
<b>Para uma Releitura Conceitual de Turismo Sexual.....</b>	<b>41</b>
<b>Quem é o Sujeito do Turismo? Proposição do conceito sujeito-trama para o Turismo e a Hospitalidade.....</b>	<b>48</b>
<b>Reflexões Sobre a Subjetividade e o Turismo na Festividade Círio de Nossa Senhora de Nazaré, de Belém do Pará. ....</b>	<b>53</b>
<b>Turismo e Comunicação-Trama: interfaces para o estudo do sujeito do turismo .....</b>	<b>58</b>
<b>Produção científica sobre Educação Ambiental: um estudo sobre o tema em periódicos eletrônicos do Turismo.....</b>	<b>64</b>

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

<b>Sujeito e Turismo: sinalizações possíveis para compreender o Sujeito do Turismo Cemiterial.....</b>	<b>70</b>
<b>A hospitalidade como agente da comunicação organizacional: Um estudo de caso em um restaurante na cidade de Porto Alegre- RS.....</b>	<b>75</b>

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## A Concepção Ideológica do Turismo de Massa

Natanry Fernanda Queiroz Dias Rosa

Mestranda na Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo<sup>1</sup>.

Palavras-chave: Epistemologia do Turismo; Turismo de Massa; Indústria Cultural e Consumo.

### Resumo expandido

Com o avanço das tecnologias, da economia e a diversificação das formas de se comunicar, o Turismo se defronta com uma necessidade de se “reinventar”, em uma sociedade contemporânea midiaticizada, onde o mercado das massas impõe o mesmo esquema de organização e planejamento administrativo das fabricações em séries aos produtos imateriais da cultura. Como previu Krippendorf (1987) o modelo atual de turismo chegou ao seu fim, o autor ressalta a necessidade de se reinventar o turismo, e clama a sociedade para refletir sobre as formas de humanizar o cotidiano, e acredita que essa reflexão crítica poderá influenciar no comportamento mais respeitoso e harmônico do indivíduo. Se para o governo a previsão do futuro for construída apenas a partir do volume de turistas, os impactos sociais serão catastróficos. Neste sentido busca-se uma discussão acerca do reducionismo do tratamento do turismo como forma de consumo de massa e seus aspectos ideológicos.

Na era da indústria cultural a presença da mídia é avassaladora, as novidades são fascinantes e chegam rapidamente, mediante os vários tipos de meios tecnológicos de comunicação.

---

<sup>1</sup>Graduada em Comunicação Social Jornalismo pela Faculdade de Ciências Sociais e Tecnológicas (2005). Mestranda em Turismo pela Universidade de Brasília. Membro do Núcleo de Pesquisa em Políticas Públicas e Turismo da Universidade de Brasília (NPPT/UnB). Atualmente é professora voluntária no curso de graduação em Turismo, na disciplina Comunicação e Turismo do Centro de Excelência em Turismo - UnB.

Email: [natanry.dias@gmail.com](mailto:natanry.dias@gmail.com) - Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1015151753634260>

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Segundo Debord (1997) a vida das sociedades modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. “O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. As suas diversidades e contrastes são as aparências organizadas socialmente, que devem, elas próprias, serem reconhecidas na sua verdade geral” (Debord, 1997, p.11). Para Adorno e Horkheimer (1985) toda a sociedade é forçada a passar pelo crivo da indústria cultural.

A expressão "indústria cultural" - Adorno e Horkheimer, 1947 - surgiu para substituir o termo cultura de massas “que se trata de algo como uma cultura que brota espontaneamente das próprias massas, da forma que assumiria, atualmente, a arte popular”. De acordo com Sá (2010) o termo “cultura de massa” pode ser re combinado para cultura da mídia, pois o sentido massa perde força, com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, nas alterações impostas tanto na produção como na recepção do material simbólico à disposição na contemporaneidade. “Impossível pensar indústria cultural ou cultura de massa sem pensar em mídia. A comunicação é para a massa, mas a cultura é de mídia”.

O Turismo nasceu com o capitalismo. Em 1960, se tornou atividade de lazer, para milhões de pessoas e fonte de lucros e investimentos no mercado financeiro internacional. Moesch (2004, p.15) ressalta que o turismo vai além de uma indústria de serviços é um “fenômeno turístico é a composição de uma prática social com base cultural, com herança histórica, meio-ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais”.

O turismo de massa é uma das “invenções” do século XX. Uma nova prática, um lugar desconhecido, são identificados por alguém original, da alta sociedade: príncipes (séc. 18 e 19) são substituídos pelos famosos (séc. 20); a mudança se situa na difusão, por muito tempo ela se fez somente pela imitação por meio da altas sociedades. Depois veio a difusão do turismo no mundo do trabalho (a burguesia, seguida pela pequena burguesia e em seguida pelos operários); essa difusão foi facilitada pelos meios de comunicação de massa – a clientela virtual se amplia

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

rapidamente (Boyer, 2003). Para o autor o turismo é um tipo de consumo, pois, não visa a satisfação de uma necessidade fundamental. Já Urry (2011) caracteriza o turismo de massa como uma forma de atividade social surgida a partir das cidades do norte da Inglaterra e sua classe trabalhadora industrial e ressalta que o crescimento deste tipo de turismo representa uma democratização da viagem, uma vez que seus antecedentes históricos remontam a uma prática social claramente seletiva. No entanto, esclarece que este consumismo não é necessariamente materialista, pode ser simplesmente a busca de vivenciar uma realidade.

Boyer (2003) descreve o turismo de massa pela quantidade de turistas que a ele acessam, mas não diz quais foram seus os desejos e motivações, pois considera todas as formas de turismo uma imitação dos lazeres elitistas. A problemática contemporânea consiste em transportar estas massas, alojá-las, regularizar o seu fluxo, chamar a atenção, despertar o seu desejo, mas não em renovar o turismo. O turismo do séc. 20 não mudou o discurso, ele reforçou o esquema do desenvolvimento turístico com suas três fases: invenção de distinção, difusão e apropriação dos modelos por classes inferiores (Boyer, 2003, p.31). Entre a relação dialética de tempo e produtividade, ao invés de simplesmente “passar o tempo” disponível, o trabalhador vê-se induzido a consumi-lo. Um momento marcante, neste período, foi o movimento trabalhista que emergiu entre o final do século XIX e o início do século XX, cuja principal reivindicação era a redução da jornada de trabalho, dentre outras.

Boyer (2003, p.10) ressalta a importância dos meios de comunicação em divulgar modelos de vida “não se pode subestimar a participação dos meios de comunicação no advento do turismo de massa”. O autor cita como exemplo o surgimento dos automóveis popular aumentaram significativamente a população que saia em férias. “Foi inicialmente para isso que estes novos veranistas compraram um automóvel”. O autor utiliza o termo *gatekeepers* que significa guardiões culturais (no jornalismo este termo significa que uma pessoa, geralmente o editor, decidirá se o fato ou o acontecimento será noticiado ou descartado) para explicar a invenção da

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação elite e a prática do turismo de massa. “(...) o conjunto das pessoas de alta renda – que representa cerca de 10% da população da Europa no século 19 – vai para as estações inventadas pelos guardiões culturais, os *gatekeepers* (...) no início do século 20, novas camadas sociais apropriaram-se das práticas e dos locais de turismo aristocrático” (Boyer, 2003, p.9).

Krippendorf (1987) analisa o Turismo sob o paradigma da Teoria Crítica, onde a infraestrutura é determinante da superestrutura.

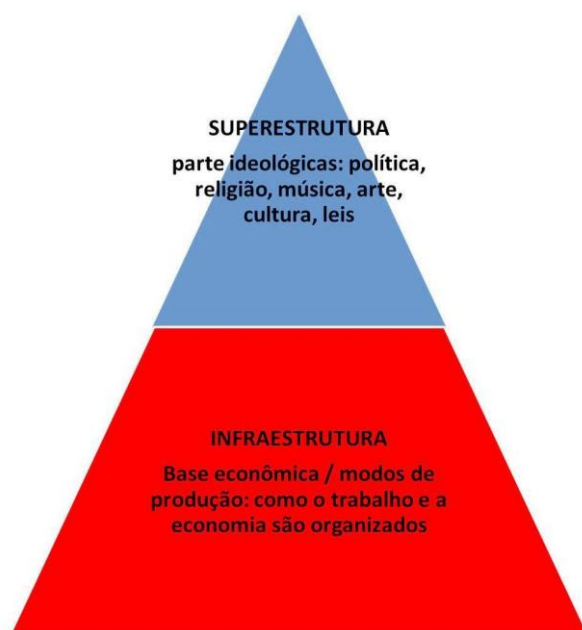


Figura 6 – Gráfico demonstrativo.

Para Krippendorf (1987) o modelo de turismo de massa, é aquele em que muitas pessoas, todas juntas fazem as mesmas coisas e vão para os mesmos lugares. De acordo com autor esse modelo seria muito bom se não fosse pelos problemas que veio a desencadear, ele foi um dos primeiros intelectuais a criticar o turismo de massa e a denunciar seus impactos. O autor chama de ciclo da reconstituição característico da sociedade industrial a relação “trabalho-moradia-

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação  
lazer-viagem”. E sentencia que a nova sociedade não será o que poderíamos  
chamar de uma sociedade da vida.

### Referências

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985) *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru: EDUFBA/EDUSC.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Krippendorf, J. (1987). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Moesch, M. (2004). *Epistemologia Social do Turismo*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Sá, S. (2010). *A reinvenção do escritor: literatura e mass media*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Urry, J. (2001). *O Olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas* (3a ed.). São Paulo: Studio Nobel, SESC.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **A percepção de guias de turismo do RS sobre o desenvolvimento de competências ao concluir sua formação**

Autor: Me. Carina Vasconcellos Abreu<sup>2</sup>  
PUCRS

**Palavras-Chave:** Guia de Turismo; Formação em Turismo; Competências.

### **Introdução**

A função do profissional guia de turismo exige que lide com todos os aspectos administrativos da execução da viagem, além de também atuar como mediador cultural entre visitante e visitado. A profissão de guia de turismo foi reconhecida em 1986 e regulamentada pela Lei nº 8.623/93. No Brasil, a formação que qualifica um profissional a se registrar como guia de turismo é o curso técnico em guia de turismo, com carga horária mínima de 800h.

O mesmo decreto de 1993, no artigo 4º, apresenta as classes em que os guias devem ser cadastrados, conforme a especialidade de sua formação profissional: guia regional, quando suas atividades forem realizadas em itinerários ou roteiros locais ou intermunicipais de uma determinada unidade da federação; guia de excursão nacional, quando suas atividades forem de âmbito nacional ou realizada na América do Sul; e guia de excursão internacional para os demais países do mundo. Esta última não faz parte da formação técnica mínima exigida e é considerada como uma especialização realizada após o curso técnico e pouco oferecida no mercado.

A Deliberação Normativa nº 426, de 04 de outubro de 2001, estabelece a necessidade de formação profissional específica em curso aprovado pelo MEC. Esta é seguida pela deliberação de nº427, que estabelece os critérios para aprovação dos planos de curso a serem apresentados para esta formação. Em seus anexos estabelece as competências e habilidades necessárias a profissão; sugestão das

---

<sup>2</sup> Doutoranda em Educação, Mestre em Educação e Turismóloga pela PUCRS. Professora Assistente na Faculdade Senac Porto Alegre e professora substituta no Instituto Federal do Rio Grande do Sul, campus Restinga. Contato: carina.vas.abreu@gmail.com.



Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação disciplinas, seus conhecimentos, cargas horárias correspondentes; o perfil docente para cada disciplina; a quantidade de viagens técnicas e procedimentos que devem conter. Por fim, apresenta inclusive um roteiro para o estabelecimento de plano de curso para aprovação. Assim, as instituições de ensino que desejem ofertar esta formação devem elaborar seu plano de curso e apresentá-lo ao MEC para aprovação.

Passado mais de uma década da elaboração deste documento norteador do MEC é possível questionar se as competências estabelecidas pelo documento são de fato desenvolvidas em sua plenitude pelas instituições de ensino. Assim, o objetivo da presente pesquisa foi analisar a percepção de egressos do curso técnico em guia de turismo do Rio Grande do Sul sobre o desenvolvimento de suas competências durante o mesmo.

A metodologia escolhida foi a abordagem quantitativa, o procedimento foi o levantamento de dados a partir de questionário virtual. Optou-se por um formulário de pesquisa on-line, a partir da plataforma Jotform, que permite a construção de formulários completamente personalizados. O questionário solicitou a análise de trinta e uma competências copiadas de um plano de curso de uma instituição de referência situada no Estado. Para cada uma das competências, o respondente deveria considerar seu nível de desenvolvimento de competência ao concluir a formação, marcando uma das seguintes opções: plenamente preparado, parcialmente preparado ou insuficientemente preparado.

Foram selecionados para esta coleta os guias de turismo registrados no RS com cadastro ativo no site do Cadastur do Ministério do Turismo, a consulta foi realizada em 20 de janeiro de 2015 e resultou em 859 cadastros encontrados. No total, foram preenchidos 117 questionários.

### **Análise de dados**

As funções do currículo são explicitar o projeto, ou seja, as intenções e o plano de ação, que preside as atividades educativas. Deve levar em conta as condições reais em que vai ser aplicado para servir como guia aos docentes que

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

irão utilizá-lo. É um projeto formado de intenções, princípios e orientações gerais, além das práticas pedagógicas. Ressalta-se que os objetivos gerais de um plano constituem um marco de referência que deve ser útil, e por isso mesmo, não pode ser demasiadamente abstrato ou ambíguo (COLL, 1997). Ramos (2002) considera que o recorte feito para cada curso por vezes pode ser muito amplo, formando um curso generalista demais, e, em outros casos, o recorte pode ser estreito demais limitando sua evolução ou atualização.

A competência é inseparável da ação, refere-se aos recursos que um indivíduo tem para assumir uma determinada função ou atividade. Os conhecimentos, capacidades e aptidões que habilitam a tomada de decisão e a execução em tudo relativo ao ofício em questão só poderão ser apreciados e avaliados em ação, ou seja, em uma situação dada, real ou simulada (ROPÉ, TANGUY, 1997).

Os 117 questionários revelaram que, de forma geral, das 31 competências, 24 foram consideradas pelos Guias de Turismo como plenamente preparados totalizando 77,41%, 06 como parcialmente preparados compreendendo 19,35%, e 1 como insuficientemente preparados, representando 3,22%.

Na percepção dos guias respondentes foi possível elencar 9 competências que tiveram índices entre 70% e 89% de avaliações como plenamente desenvolvidas. Estas competências envolvem atendimento ao turista, seu tratamento adequado e ético; a condução dos grupos e acompanhamento em roteiros, respeitando as características locais e a necessidade de sustentabilidade; aspectos relativos a pesquisa e escolha de informações diversas no âmbito regional e a prestação de informações sobre o histórico local/regional; além do reconhecimento da cadeia produtiva, a avaliação de produtos e serviços desta cadeia.

As competências que obtiveram índices entre 50% e 69% de análise como plenamente preparados abrangeu 11 competências, compreendendo a elaboração de novos produtos, elaboração de cronogramas e organização de programas de

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação serviços, além da aplicação da legislação apropriada; a identificação e pesquisa em aspectos geográficos e de manifestações da cultura nos contextos regional, nacional e América Latina, e também a pesquisa de aspectos históricos no contexto nacional e da América Latina.

Há ainda entre as competências consideradas plenamente desenvolvidas 4 que tem menos que 50% de avaliação como plenamente desenvolvidas. São as competências limítrofes que demonstram muito equilíbrio entre os volumes registrados como plenamente e parcialmente preparados, que se somados, seriam índices maiores que 80%. As competências analisadas neste grupo são relativas a elaboração de cronogramas de viagens em roteiros nacionais e na América do Sul; primeiros socorros; organização de espaços físicos de hospedagem e de alimentação, e operar a comercialização de produtos e serviços turísticos. Estas duas últimas podem ser discutidas justamente pela sobreposição a funções dos profissionais hoteleiro e agente de viagens.

As 6 competências que tiveram o maior volume guias de turismo as avaliando como parcialmente desenvolvidas podem ser analisadas como competências com texto demasiadamente genérico relativas ao gerenciamento de operação de viagens, seus recursos materiais, serviços e pessoal, e que parecem realmente inadequadas ao perfil do profissional. Entretanto, há também uma competência relativa à conversação em Espanhol considerada como parcialmente desenvolvida e necessária a atividade profissional.

Esta última competência está diretamente ligada a única competência que foi avaliada como insuficientemente desenvolvida relativa a comunicação em idioma inglês, embora o espanhol tenha ainda uma boa diferença na porcentagem.

### **Considerações Finais**

Considera-se que a análise da percepção dos guias evidenciou que há competências parcialmente desenvolvidas e insatisfatoriamente desenvolvidas. Destas foi possível perceber competências que apresentam sobreposição da função do guia de turismo com o trabalho de agentes de viagens e até mesmo hoteleiros.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Esta sobreposição poderia ser eliminada com adaptação do texto que descreve as competências, deixando claro que o guia não tem a responsabilidade de substituir outros profissionais da cadeia produtiva, mas compreender como ocorre seu trabalho, de forma a melhor atuar em parceria.

Foi possível perceber também que competências com a escrita generalista voltadas a gestão de empresas, suprimentos e pessoas foram analisadas pelos guias como pouco desenvolvidas. É possível questionar, considerando o caráter autônomo da profissão, se são de fato necessárias a formação ou se poderiam ser substituídas por competências voltadas ao empreendedorismo, inovação ou elaboração de projetos, o que poderia empoderar o profissional a desenvolver novos produtos e serviços em sua área.

É possível ressaltar ainda a baixa avaliação que os guias consideraram relativas a comunicação em língua espanhola e inglesa, consideradas necessárias ao exercício da profissão. Apesar de o estudo de idiomas não ser item obrigatório segundo a Deliberação nº427, há curso que oferecem uma pequena carga horária dos idiomas como atrativo no plano de curso. Entretanto, as respostas dos alunos demonstram que não atendem a necessidade de desenvolvimento de competências na percepção dos guias. Pode-se questionar a validade de se manter tais disciplinas, que poderiam ser desenvolvidas em formações paralelas, com carga horária mais apropriada à necessidade de conversação.

De forma geral, este estudo pode demonstrar a percepção de guias sobre sua formação, oferecendo subsídios para a análise da seleção e descrição de competências desenvolvidas nos cursos técnicos. Análise essa, que pode ser complementada em novos estudos a partir da percepção de docentes e de pesquisadores na área de educação, de forma a buscar melhorias e readequar os atuais cursos técnicos.

#### Referências

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo. Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

\_\_\_\_\_. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo. Deliberação Normativa nº 426, de 04 de outubro de 2001.

\_\_\_\_\_. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo. Deliberação Normativa nº 427, de 04 de outubro de 2001.

COLL, César. Psicologia e currículo: Uma aproximação psicopedagógica à elaboração do currículo escolar. São Paulo: Editora Ática, 1987.

RAMOS, Marise N. A pedagogia das competências: autonomia ou adaptação?. São Paulo: Cortez, 2002.

ROPÉ, Françoise; TANGUY, Lucie. Saberes e competências: O uso de tais noções na escola e na empresa. Campinas, SP: Papirus, 1997.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Com-versar Turismo e Comunicação: Amorosidade e autopoiese nas rodas de conversa como dispositivo de afetivação para a pesquisa**

Maria Luiza Cardinale Bapstista<sup>3</sup>  
Universidade de Caxias do Sul

**Palavras-chave:** turismo; roda de conversa; amorosidade; autopoiese; pesquisa.

**Resumo expandido:** O presente texto apresenta o relato de experiências e reflexões teóricas de processos de afetivação/agenciamento da pesquisa em Turismo e Comunicação, a partir de rodas de conversa, realizadas semanalmente no Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, da Universidade de Caxias do Sul (UCS/CNPq). Essas rodas de conversa são denominadas Encontros Caóticos da Comunicação e do Turismo, o que sinaliza para um referencial teórico transdisciplinar, alinhado com a tendência de estudos contemporâneos que propõem a Ciência, como resultado de processos complexos, mutantes, multifacetados, não lineares, em campos/platôs de subjetivação, marcados por intensidades abstratas e com direcionamentos metodológicos que vão se produzindo como *phylum* rizomático, como feixes que brotam aparentemente desordenadamente, se considerarmos a lógica linear. O texto traz o relato de experiência dos Encontros Caóticos, produzido com base em observação participante e sistemática, com registros no diário de campo, visando à produção de narrativa de viagem. A discussão está vinculada também a uma pesquisa que está sendo realizada na Universidade de Caxias do Sul, intitulada

---

<sup>3</sup>Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da UFAM. email: malu@pazza.com.br.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação  
Desterritorializações Desejantes em Turismo e Comunicação: Narrativas  
Especulares e de Autopoiese Inscricional.

### **Com-versar: amorosidade e autopoiese em rodas de conversa**

A experiência das rodas de conversa, denominadas Encontros Caóticos da Comunicação e do Turismo, tem se mostrado como bastante significativa para o grupo crescente de pesquisadores que se reúne semanalmente na Universidade de Caxias do Sul, em encontros informais, sem pauta prévia – por isso denominado ‘caótico’ -, sem nenhuma restrição ou pré-requisito para participação. Para os encontros, vale a máxima: ‘venha como está!’. Essas rodas de conversa vêm se consolidando com uma prática de aprendizagem que aciona afetivações e, ao mesmo tempo, direciona fluxos desejantes de pesquisa, consolidando-se em produções marcadas pela alegria e o comprometimento mútuo, em entrelaços de amorosidade e autopoiese. ‘Com-versar’, ‘versar-com’... estar junto e, no encontro, na roda de conversa, deixar brotar pensamentos, ideias, direcionamentos, pistas de novas trilhas de investigações, de investimentos desejantes de pesquisa. Assim tem sido no Amorcomtur, nos nossos encontros caóticos semanais.

O Amorcomtur! (UCS-CNPq) foi criado em 2011, sob a minha liderança, contando com a participação de um grupo pequeno de estudantes da graduação em Comunicação Social da Universidade de Caxias do Sul. Surgiu como Amorcom! e em 2014 ampliou-se para Amorcomtur!, contando com a presença de pós-graduandos em Turismo e Hospitalidade da mesma universidade. Mais no final do ano de 2014, um conjunto de atividades denominadas, por mim, de os ‘entrelaços amazônicos’, o estreitamento do vínculo de produção com a Universidade Federal da Amazônia, representou outro momento importante do grupo, que passou a ter a participação de estudantes de graduação e pós daquela Universidade, especialmente ligados aos cursos de graduação e pós em Comunicação e ao Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura da Amazônia. Há, neste momento, também a presença de professores pesquisadores e estudantes de

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação graduação e pós de outras universidades, tanto nacionais quanto internacionais. A pulsação é forte e a intensidade brota, principalmente, das rodas de conversa e de suas derivações em produções investigativas e de 'com-tato' constante entre os pesquisadores. A roda de conversa aos poucos, percebemos, vai se transformando em teia-trama de relações de amorosidade e autopoiese.

### **Trama teórica**

A experiência, em um primeiro olhar, é informal, simples. Pode resultar no questionamento: “Pesquisadores reúnem-se, semanalmente, para falar sobre suas pesquisas. Qual a novidade disso?”. A novidade é que não se trata de um encontro de trabalho típico, característico, de relatos formais de pesquisas, dos avanços e procedimentos executados. Trata-se de encontros de sujeitos, de campos subjetivos que, juntos, compõem um platô de subjetivação e aprendizagem diferenciado, marcado por feixes de intensidades abstratas de afeto e amorosidade.

Quando me refiro aqui a campos de subjetivação, o referencial é a Esquizoanálise, em primeira linha, perspectiva teórica que possibilita compreender os atravessamentos/agenciamentos inerentes aos processos de subjetivação na sociedade contemporânea, a partir dos engendramentos maquínicos e dos fluxos incorporais a-significantes. Há, nessa perspectiva, tanto o viés econômico e político, que ajuda a compreender como se desenvolvem e constroem as relações econômicas e de poder, quanto o das Teorias da Significação e da Subjetividade. Dessa abordagem, a referência principal é o autor Felix Guattari (1987, 1988, 1992), com suas produções em parceria com Suely Rolnik (1986).

Além disso, os encontros, na sua lógica caótica, partem de uma consistência que venho chamando de 'trama'. Trama, entrelaço, processo de entrelaçamento subjetivo na constituição de campos de subjetivação em amorosidade e autopoiese. Isso sinaliza para a dimensão trama, ou seja, para o fato de que considero o encontro como campo de feixes complexos de entrelaçamentos, o que pressupõe abordagens da Ciência Contemporânea. Na perspectiva da mutação da Ciência, em sentido amplo, estão autores como Edgar Morin (1986, 1991, 1998, 2003, 2013),



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Humberto Maturana (1998), Fritjof Capra (1990, 1991, 1997), Roberto Crema (1989) e Boaventura Sousa Santos (1988, 1989), entre outros.

A seguir, sinaliza para a dimensão de amorosidade, conforme os pressupostos apresentados neste texto, e para a dimensão autopoiética, o que significa a potência de que, a partir das 'com-versas' brotem não só devires de inscriacionices desejanτες de pesquisa, mas devires de campos subjetivos. Muitas vezes, nos relatos do grupo, falamos do quanto nós mesmos nos transformamos no encontro, ao mesmo tempo em que encontramos sinalizadores para os rumos de nossas pesquisas. Já a amorosidade é nosso conceito fundante do Amorcomtur!, no sentido que é trabalhado pelo grupo, como eu proponho, ou seja, como 'ética da relação', abordagem conceitual que já apresentei em vários textos meus, em associação ao sentido de amor, proposto por Humberto Maturana, de "reconhecimento do outro como legítimo outro na convivência". Trata-se, no entanto, de abordagem que vem sendo produzida entrelaçada com vários autores, como Paulo Freire, Edgar Morin (2003), Ilyia Prigogine (2001), Humberto Maturana (1998), Bauman (2004), Luís Carlos Restrepo (1998), Roland Barthes (1986), para citar apenas alguns autores que ousaram, eles mais que eu, falar de amor em relação à produção de conhecimento, à educação, à comunicação e também à arte.

#### Referências

- Barthes, R. (1986) *Fragmentos do discurso amoroso* (6ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Francisco Alves.
- Bauman, Z. (2004) *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- Capra, F. (1990) *O Tao da física: um paralelo entre a física moderna e o misticismo oriental* (11ª ed.). São Paulo, SP: Cultrix.
- Capra, F. (1991) *O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente* (12ª ed.). São Paulo, SP: Cultrix.
- Capra, F. (1997) *A teia da vida: uma nova compreensão dos sistemas vivos* (9ª ed.). São Paulo, SP: Cultrix.
- Crema, R. (1989) *Introdução à visão holística: breve relato de viagem do velho ao novo paradigma*. São Paulo, SP: Summus.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

- Guattari, F. (1987) *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. 3ª ed., São Paulo, SP: Brasiliense.
- Guattari, F. (1992) *Caosmose: um novo paradigma ético-estético*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. 34.
- Guattari, F. & Rolnik, S. (1986) *Micropolítica: cartografia do desejo* (2ª ed.). Petrópolis, SP: Vozes.
- Maturana, H. (1998) *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte, MG: UFMG.
- Morin, E. (1986) *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira.
- Morin, E. (1991) *Introdução ao pensamento complexo*. São Paulo, SP: Instituto Piaget.
- Morin, E. (1998) *O método 4: As ideias, habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre, RS: Sulina.
- Morin, E. (2003) *Amor, poesia e sabedoria* (6ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil.
- Morin, E. (2013) *Ciência com consciência* (15ª ed.). Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil.
- Prigogine, I. (2001) *Ciência, razão e paixão*. In: Edgard de Assis CARVALHO, Maria da Conceição ALMEIDA (org.), *Ciência, razão e paixão*. Trad. Edgard de Assis Carvalho, Isa Hetzel. Belém, Pará, Eduepa.
- Restrepo, L. C. (1998) *O direito à ternura*. Petrópolis, SP: Vozes.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Educação Patrimonial no ensino fundamental: estudo de caso de São Miguel das Missões/RS.**

Mônica Santanna de Vargas<sup>4</sup>  
Luciano Torres Tricário<sup>5</sup>

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) – Campus Balneário Camboriú/SC

**Palavras-chave:** Turismo histórico e cultural. Educação Patrimonial. Preservação.

### **1 INTRODUÇÃO**

Pensar em turismo é criar auto-estima e desenvolver a qualidade de vida da comunidade. Sensibilizar crianças e jovens é o primeiro passo para fortalecer a hospitalidade do município, dando lugar à valorização e preservação dos espaços públicos.

São Miguel das Missões, município do Rio Grande do Sul tem no turismo uma de suas principais fontes de renda. Recebe visitantes interessados em desvendar os mistérios da colonização indígena e da forte presença das raízes históricas e culturais desses povos. Tem em seu cenário uma obra de arte arquitetônica de valor precioso. A pesquisa investigou se os professores e alunos da escola municipal João de Oliveira Costa têm consciência da importância do patrimônio ali presente.

### **2 TURISMO HISTÓRICO CULTURAL**

Barreto (2000) explica que o turismo possui um aspecto social tão importante quanto o econômico, pois dá possibilidades de o ser humano se expandir, se divertir, conhecer novas culturas.

Para Netto e Lohmann (2008), o turismo cultural, histórico e de patrimônio estão presentes em locais com um passado significativo, carregado de importância

---

<sup>4</sup> Mestranda no programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú. Bacharel em Turismo pela UNIFRA, Santa Maria/RS. e-mail: [monicavargastur@gmail.com](mailto:monicavargastur@gmail.com)

<sup>5</sup> Professor no programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú. Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela USP/SP. e-mail: [ltorres@usp.br](mailto:ltorres@usp.br)

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação histórica e cultural, com arquitetura diferenciada. Segundo Beni (2003) o turismo histórico está ligado diretamente aos turistas centrados na motivação das origens étnico e culturais, que se deslocam com objetivos antropológicos.

No Brasil, Fonseca (1997) afirma que a temática do patrimônio começou a ser trabalhada com mais relevância e uma preocupação em salvaguardar os vestígios do passado da nação, protegendo monumentos e objetos de valor artístico e histórico a partir da década de 20 deste século. Choay (2001) fala sobre a palavra valorização ligada ao patrimônio, destacando que existe muita destruição, principalmente do patrimônio edificado, para dar lugar à modernização das cidades. Não é o caso da cidade objeto de estudo.

São Miguel das Missões se localiza na região missioneira. Possui uma população estimada em 2014 de 7.714 habitantes (IBGE, 2015). O local foi elevado à categoria de município em 1988, desmembrando-se de Santo Ângelo e São Luiz Gonzaga (Prefeitura de São Miguel das Missões, 2015). Em 1983, São Miguel das Missões recebeu da UNESCO o título de Patrimônio Histórico da Humanidade, juntamente com as reduções de San Ignacio Miní, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto e Santa María La Mayor na Argentina (UNESCO, 2015), devido à grande importância arquitetônica e histórica em nível mundial.

### **3 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL NO ENSINO FUNDAMENTAL**

Não é possível compreender a educação como algo estático. Ela é vivenciada pelas pessoas no dia a dia, dentro e fora das salas de aula, se caracterizando por uma troca constante de conhecimentos e vivências. Horta *et al* (1999) afirma que a Educação Patrimonial é um processo que deve ser permanente e sistemático, centrado no patrimônio cultural como fonte primária de conhecimento e enriquecimento do indivíduo consigo mesmo e no coletivo. Sobre esse trabalho nas escolas, Grever e Boxtel (2011) afirmam que professores de diversos países conduzem alunos para visitar locais históricos, museus e explorar vestígios do passado, inclusive levando acervos para a sala de aula a fim de despertar a curiosidade dos estudantes. Mas estudar patrimônio não quer dizer inserir uma

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação disciplina curricular distinta, e sim se utilizar do hibridismo e trabalhar em matérias como geografia, história, antropologia, ciência, tecnologia, arte, entre outras.

#### **4 METODOLOGIA**

Para a realização deste trabalho foi necessário a aplicação de questionários nas professoras que trabalham na Escola Municipal João de Oliveira Costa. O estudo se baseou em pesquisas bibliográficas e documentais a fim de se ter conhecimento sobre o que está sendo trabalhado na área de educação patrimonial. Foram feitas análises dos questionários que retornaram para a pesquisadora (60%) e reflexões acerca das respostas dadas. Esse trabalho também se constitui como estudo de caso por ter focado em um único município e em uma única escola, analisando-os mais a fundo (Severino, 2007). O estudo é de natureza básica, com enfoque qualitativo e objetivo exploratório.

#### **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Sensibilizar as crianças para questões voltadas ao turismo e ao patrimônio é importante porque sua consciência está em fase de construção. Como forma de conhecer o que está sendo desenvolvido na cidade de São Miguel das Missões, os professores da escola João de Oliveira Costa responderam um questionário.

Da leitura das entrevistas realizadas, se consegue inferir que o município está trabalhando Educação Patrimonial com seus alunos. Existem projetos, embora sejam ações isoladas e ainda pequenas, que deixam as professoras com liberdade para atuarem da maneira que melhor lhes convém. Os professores, em sua maioria compreendem a importância da conscientização e sensibilização patrimonial e conseguem enxergar no turismo um forte fator de desenvolvimento econômico para a cidade. Com relação às respostas sobre a valorização da cidade por parte dos alunos, a grande maioria dos projetos de educação patrimonial prevê atividades desde as séries iniciais do ensino fundamental justamente para que as crianças cresçam com a consciência formada e a sensibilidade apurada no que tange à aspectos ligados à história, cultura e patrimônio. Alguns estudantes da escola João

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Costa possuem consciência da importância do patrimônio ali existente, outros ainda não, pois faltam incentivos dos pais.

Em entrevista, a diretora da escola mencionou que tanto a cidade quanto a escola possuem projetos ligados à educação patrimonial, mas que dentro dele os professores podem adaptar suas atividades conforme sua criatividade para realização dos trabalhos em sala de aula. Também disse que a escola não costuma levar os alunos para visitar as ruínas porque eles possuem acesso facilitado, mas que já levaram em outras cidades missioneiras e na aldeia indígena.

### **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa mostrou que o município está trabalhando a educação patrimonial nas escolas, com as crianças do ensino fundamental, mas ainda de forma muito incipiente. Preservar a história, a memória e o patrimônio de uma cidade é fazer com que seus moradores percebam o quanto ela é agradável, não somente para os turistas, mas para si próprios. Começar a implantar essa sensibilização pelas crianças é bastante indicado já que elas crescerão sendo multiplicadoras da importância cultural do local onde residem.

Para que as ações voltadas para a educação patrimonial tenham sucesso, é necessário que os municípios elaborem um projeto e que esse seja altamente disseminado entre a comunidade e principalmente entre os professores, que precisam acreditar no valor do lugar para passar aos alunos. Aconselha-se também que esses trabalhos sejam realizados todos os anos e, de preferência, com regularidade, a fim de incentivar a construção de uma consciência coletiva.

Como tema para uma próxima pesquisa, sugere-se conhecer os projetos de educação patrimonial dos municípios de Santiago e Antônio Prado, ambos no Rio Grande do Sul. São projetos que se sabe, através da mídia, estarem obtendo êxito.

O poder público, através das prefeituras municipais, tem um papel fundamental na implantação desses projetos, motivando direção e professores a incluir o tema em suas atividades anuais e também ajudando no financiamento das atividades e materiais que poderão ser distribuídos para as crianças.

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

A cidade de São Miguel das Missões está, aos poucos, se preparando para receber cada vez mais visitantes. Mas deve continuar apostando em elementos indispensáveis ao pleno desenvolvimento turístico, como a prática da hospitalidade, ingrediente indispensável. Assim, estará exercitando o que há séculos jesuítas e indígenas praticaram: a união e a paz entre os diferentes.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETTO, M. (2000). *Planejamento e organização em turismo*. (5ª ed). São Paulo: Papyrus.

BENI, M. C. (2003). *Análise estrutural do turismo*. (9ª ed). São Paulo: SENAC.

CHOAY, F. (2001). *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: UNESP.

GREVER, M. & Boxtel, C. van. (2011). Refleitions on heritage as an educational resource. In: BOXTEL, C. van et. al. *Heritage education – challenges in dealing with the past*. Netherlands: Erfgoed Nederland. Retrieved from: [https://www.eshcc.eur.nl/fileadmin/ASSETS/eshcc/Onderzoek/CHC/Challenges\\_in\\_dealing\\_with\\_the\\_past\\_2011.pdf](https://www.eshcc.eur.nl/fileadmin/ASSETS/eshcc/Onderzoek/CHC/Challenges_in_dealing_with_the_past_2011.pdf) .

HORTA, M. de L. et. al. (1999). *Guia básico de educação patrimonial*. Brasília: IPHAN, Museu Imperial.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades – São Miguel das Missões*. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431915&search=rio-grande-do-sul|sao-miguel-das-missoes> .

FONSECA, M. C. L. (1997). *O patrimônio em processo*. Rio de Janeiro: UFRJ/IPHAN.

LOHMANN, G. & NETTO, A. P. (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/list-of-world-heritage-in-brazil/jesuit-missions-of-the-guaranis/#c1464986> .

SÃO MIGUEL DAS MISSÕES. Disponível em: <http://www.saomiguel-rs.com.br/VisualizaNoticia.aspx?ID=4376> .

SEVERINO, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico*. (23ª ed). São Paulo: Cortez.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Estudo do Perfil dos Egressos dos Cursos Técnicos do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal Catarinense**

Larissa Regis Fernandes<sup>6</sup>  
Leticia Marieli Schmitz<sup>7</sup>  
Marina Júlia Minella Antunes<sup>8</sup>

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense

**Palavras-chave:** Perfil; Egressos; Turismo.

### **Introdução**

Mesmo sendo uma atividade profissional que ainda está formando sua identidade, já que é considerada recente, principalmente no Brasil, o interesse pelo turismo acabou por despertar igual interesse por seu estudo mais aprofundado, o que resultou na criação dos cursos técnicos e superiores e na formação de pessoal qualificado para atuar na área.

No entanto, uma análise subjetiva do mercado revela que, apesar da oferta de mão-de-obra especializada, as empresas que trabalham com o turismo ainda apresentam estruturas funcionais familiares e empregam muito pouco os profissionais com qualificação formal.

De acordo com Ansarah (2002), o turismo é um dos setores com maior potencial de crescimento na atual economia nos próximos anos. Estudo do WTTC – World Travel & Tourism Council - revela que o Brasil aparece em sexto lugar entre as economias do turismo do mundo, com 3,5% do PIB (R\$ 166,1 bilhões de reais).

---

<sup>6</sup> Mestre e Bacharel em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí. Docente do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense. larissa@ifc-camboriu.edu.br.

<sup>7</sup> Discente do terceiro ano do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense. Bolsista de Iniciação Científica. leticia.marieli@live.com

<sup>8</sup> Discente do terceiro ano do Curso Técnico em Hospedagem Integrado ao Ensino médio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense. Bolsista de Iniciação Científica. mariajulia\_m@live.com.



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Desta forma, se analisado o potencial e a projeção do setor turístico no país, vê-se que existe um crescimento díspar entre o mercado e a inserção dos técnicos formados no mesmo, o que leva os pesquisadores e profissionais da área a uma reflexão sobre os fatores que conduzem a esta situação.

Apesar de haver formação superior na área desde a década de 70, conforme Fernandes e Gaio (2006), a atividade turística envolve diversas áreas, as quais demandam conhecimentos, comportamentos e aproximação da realidade específica de cada função. Desta forma, a formação técnica é mais focada e supre melhor as necessidades do mundo do trabalho.

Em Santa Catarina, o Instituto Federal Catarinense e o Instituto Federal de Santa Catarina têm ofertado cursos técnicos no Eixo Turismo, Hospitalidade e Lazer nos câmpus onde os arranjos produtivos locais privilegiam estas formações, sendo estas orientadas pelo Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.

No entanto, a atualização dos currículos deve ser balizada pela constante comunicação com as empresas públicas e privadas que formam o trade turístico local e regional, sendo também de grande importância identificar a inserção profissional dos egressos dos cursos técnicos na área, de maneira que as formações no eixo estejam sempre em consonância com as necessidades em termos de habilidades e competências de um mundo do trabalho dinâmico e em constante transformação.

A presente pesquisa, neste contexto, pretendeu identificar o perfil dos profissionais formados nos cursos técnicos do Eixo Turismo, hospitalidade e lazer pelo Instituto Federal Catarinense, com o objetivo de detectar a inserção destes no mundo do trabalho, bem como as áreas em que há maior empregabilidade.

Para tanto, a pesquisa quantitativa adotou o caráter exploratório e descritivo, sendo que o levantamento bibliográfico foi realizado paralelamente a todas as etapas do estudo com o objetivo de embasá-lo teoricamente.

Da mesma forma, o estudo demandou um levantamento documental, por meio do qual foram levantados junto aos câmpus do Instituto Federal Catarinense

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação  
informações sobre o número de egressos e seus contatos. Como resultado, identificou-se que o Campus Camboriú é o único com egressos de cursos técnicos no eixo entre os anos de 2009 e 2013. Considerou-se, para estabelecer o período, a data de criação dos IFs, bem como o tempo mínimo necessário para obter formação na área (800h, conforme o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos).

Para fins de coleta de dados, utilizou-se instrumento *online* (questionário), o qual foi construído e aplicado por meio da ferramenta Google Docs, cujo *link* foi encaminhado aos egressos via *facebook*. Os resultados da pesquisa são apresentados a seguir.

### **Resultados e discussão**

Fizeram parte da população os egressos dos cursos Técnico em Turismo e Hospitalidade e Técnico em Hospedagem, das turmas que integralizaram os cursos nos anos de 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013, totalizando 153 alunos, dos quais 75 alunos contribuíram com o estudo.

Em primeiro lugar, o estudo permitiu identificar que o espectro dos cursos ofertados está em conformidade com os arranjos produtivos locais, já que 53% são formados no Curso Técnico em Hospedagem e 47% no Curso Técnico de Turismo e Hospitalidade, ambos os cursos no Campus Camboriú, região litorânea e com grande número de empresas na área de turismo e hospitalidade. Isso significa que o IFC está atentando para o mundo do trabalho ao pensar nas ofertas de cursos técnicos, bem como na possibilidade de inserção profissional dos egressos

Quanto ao gênero, 76% dos egressos são mulheres.

Em se tratando dos principais motivos que levaram o aluno a procurar pela formação no eixo, 35% apontou as oportunidades de trabalho na área, o que é verdadeiro, se considerado o grande número de meios de hospedagem e empresas de turismo na região, 30% apontou a identificação pessoal com a área, 21% a falta de outra formação, 12% outros motivos, dentre os quais a integração com o ensino médio e 2% apontou a remuneração satisfatória.

Quanto à atuação profissional, apesar da maioria nunca ter atuado (62,7%),

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

seja por falta de identificação, pela baixa remuneração, pelo desinteresse por uma área em que se trabalha fins de semana e feriados ou por falta de oportunidade, a pesquisa mostra que há uma parcela importante de alunos que trabalham ou trabalharam na área, mesmo que temporariamente ou para atingir outro objetivo de vida. Neste sentido, e principalmente quando a maioria dos alunos (57%) responde que o curso forneceu conhecimentos práticos e teóricos suficientes para exercer a profissão com qualidade, é possível identificar o comprometimento da equipe que atua na formação, bem como a necessidade de melhorar ainda mais os currículos, favorecendo e privilegiando laboratórios, parcerias e ambientes que permitam a prática.

As áreas operacionais de recepção e reservas são as que mais absorvem profissionais com formação em hospedagem, talvez porque a faixa etária dos egressos favorece maior identificação com estas, em detrimento de outras como governança. Ainda em razão da faixa etária dos egressos, a atuação em setores que exigem maior responsabilidade e experiência, como eventos, fique mais restrita.

Já na área de turismo, há egressos atuando em diversas frentes, como secretaria de turismo, agência de viagens, recreação e bar. A formação extinta nesta área, apesar de proporcionar visão mais holística, ainda assim, permitiu o ingresso de alunos formados no mercado da região.

A grande maioria dos egressos (98%) está satisfeita com a formação recebida, sendo que, ao confrontar os dados, percebeu-se que, dentre os não satisfeitos, estão principalmente alunos do Curso Técnico em Turismo e Hospitalidade, o qual apresentava uma formação mais genérica e menos focada na formação prática.

Desta forma, pode-se identificar que os currículos estão em conformidade com o que espera o mundo do trabalho, apesar de ainda serem possíveis melhorias no sentido de aproximar mais o egresso do mercado e da prática.

#### **Referências**

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Economia do turismo cresce no Brasil.** Disponível em < [http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140417-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html)>. Acesso em 25/09/2014.

FERNANDES, Larissa; Gaio, Carolina. **Perfil do Bacharel em Turismo: a disparidade entre a realidade da formação profissional e a necessidade do mercado de trabalho.** IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul: UCS, 2006. Anais.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Estudo preliminar sobre a produção científica sobre gastronomia no contexto do turismo e da hospitalidade – Brasil (2004 -2014)**

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse<sup>9</sup>  
Universidade Federal de São Carlos (docente)

Palavras-chave: Gastronomia; produção científica; turismo, hospitalidade, Brasil.

A importância da gastronomia no contexto da hospitalidade e do turismo é muito grande. Para Camargo (2004), a comensalidade é elemento fundamental da hospitalidade. No turismo, a gastronomia (suas práticas, produtos e serviços) integram a oferta turística tanto como serviços indispensáveis quanto atrativos turísticos. A criação dos primeiros cursos superiores em gastronomia em 1999<sup>10</sup>, gestados em instituições com tradição na formação em turismo e hospitalidade, reforçam essa aproximação que se desdobra também no plano da pesquisa científica<sup>11</sup>. A própria demanda por professores com titulação de mestres – criada a partir da expansão dos cursos superiores de gastronomia – incentivou muitos pesquisadores a buscarem sua pós-graduação em programas de hospitalidade, turismo, turismo e hospitalidade e turismo em hotelaria (Gimenes, 2012). Para Santos e Rejowski (2013, p. 150), o principal meio formal de comunicação científica é o periódico, “[...] fonte de informação escrita e pré-avaliada em uma determinada área ou campo de conhecimento, editado periodicamente, e por tempo indeterminado, em fascículos sequenciais, com política editorial definida e

---

<sup>9</sup>Bacharel em Turismo, Mestre em Sociologia, Doutora em História. Pesquisadora das áreas de turismo e gastronomia e professora na Universidade Federal de São Carlos. Email: [mariegimenes@gmail.com](mailto:mariegimenes@gmail.com)

<sup>10</sup>A formação profissional em gastronomia foi introduzida no Brasil na década de 1950 pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC com cursos técnicos e de curta duração. Em 1999 foram criados os primeiros cursos superiores: o Curso de bacharelado em Turismo com habilitação em Gastronomia na Universidade do Sul de Santa Catarina (Florianópolis, SC); o Curso superior sequencial em Gastronomia da Universidade Anhembi-Morumbi (São Paulo, SP); os Cursos superiores em Gastronomia (graduação e sequencial) na Universidade do Vale do Itajaí (Itajaí, SC) (Rubim; Rejowski, 2013).

<sup>11</sup>Como indica a oferta sistemática de grupos de trabalho sobre gastronomia em eventos como o Semintur e o Seminário da ANPTUR.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

colaboração de várias pessoas”. Gonçalves, Ramos e Castro (2006) destacam que as funções primordiais de um periódico científico (seja ele impresso ou digital) são o registro e a difusão do conhecimento, favorecendo a comunicação entre pesquisadores, contribuindo para o desenvolvimento, a atualização e o avanço científico. Bandeira (2008) observa que o desenvolvimento tecnológico – em especial o relacionado à *internet* – facilitou a comunicação científica, minimizando custos relacionados à versão impressa, tornando mais rápido o processo de disseminação de informações e aumentando o público alcançado. Para Santos e Rejowski (2013), a pesquisa científica em turismo é relativamente recente no Brasil mas foi fortalecida de forma significativa nas duas últimas décadas, sendo o surgimento e consolidação de periódicos científicos nacionais de turismo uma importante contribuição para a área. O interesse pela realização de pesquisas em gastronomia parece ter aumentado mas ainda é corriqueira a afirmação de que não há referencial teórico específico. O objetivo deste artigo é responder a alguns questionamentos: as publicações sobre gastronomia em periódicos acadêmicos da área de turismo e hospitalidade no Brasil realmente aumentaram nos últimos dez anos? Que periódicos tem acolhido estas publicações? Sob quais perspectivas a temática tem sido trabalhada? Qual é o perfil dos pesquisadores que vem se dedicando ao tema? Trata-se de uma pesquisa descritiva, com levantamento realizado a partir do *website* [www.publicacoesemturismo.com.br](http://www.publicacoesemturismo.com.br) (SANTOS, 2011), uma base de dados com 30 periódicos indexados<sup>12</sup>. A partir das palavras ‘alimentação’, ‘gastronomia’, ‘gastrônomo(a)’ e ‘enoturismo’ foram identificados 214 resultados. Foram excluídas as repetições, os livros publicados, artigos fora da

---

<sup>12</sup> Periódicos ativos: Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, Revista Iberoamericana de Turismo, Turismo e Sociedade, Turismo: estudos e práticas, Caderno Virtual de Turismo, Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, Revista Turismo Contemporâneo, Revista Rosa dos Ventos, Revista Turismo em Análise, Cultur – Revista de Cultura e Turismo, Revista Brasileira de Ecoturismo, Revista Hospitalidade, Tourism and Karts Areas, Turismo Visão e Ação. Periódicos extintos: Boletim de Turismo e Administração Hoteleira, Itinerarium, Licere, Revista Estudos Turísticos, Revista Nordestina de Ecoturismo, Turis Nostrum, Dialogando no Turismo, Patrimônio: Lazer e Turismo, Revista Eletrônica de Turismo Cultural, Revista Turismo & Desenvolvimento, Turismo: Tendências e Debates, Global Tourism, Revista Brasileira de Docência, Ensino e Pesquisa em Turismo, Revista Lazer e Sociedade, Revista Unibero de Turismo e Hotelaria.

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

janela cronológica estabelecida e os trabalhos em que a gastronomia não era elemento central, totalizando 136 artigos válidos. Os artigos foram acessados por meio do acervo *on line* dos periódicos<sup>13</sup> e foram realizadas consultas complementares, procurando identificar o conceito QUALIS/CAPES<sup>14</sup> na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo de cada publicação. Na análise foram considerados o título, o resumo e as palavras-chave, levando-se em conta os percursos metodológicos de trabalhos como os de Bandeira (2008) e Santos e Rejowski (2013). Foram produzidos quadros síntese para a análise, não incluído aqui pela limitação de páginas. Os principais resultados encontrados foram: a) Em relação aos periódicos: dos 18 periódicos identificados, seis<sup>15</sup> não estão mais em operação e, dos 12 em operação, apenas 4<sup>16</sup> já existiam em 2004, ano que abre a janela cronológica de análise. Em relação à instituição mantenedora, 2 periódicos estão ligados a entidades de pesquisadores<sup>17</sup> e 6 estão ligados a instituições que possuem pós-graduação *stricto sensu* em Turismo, Turismo e Hospitalidade, Turismo e Hotelaria<sup>18</sup>. Há predominância de periódicos mantidos por instituições<sup>19</sup> da

---

<sup>13</sup> O periódico Global Tourism, já extinto e que não possui base eletrônica.

<sup>14</sup> Qualis é o conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação através da aferição da qualidade dos artigos e de outros tipos de produção a partir da análise da qualidade de periódicos científicos. A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e os periódicos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade: A1 (o mais elevado), A2, B1, B2, B3, B4, B5, e por último C (com peso zero).

<sup>15</sup> Revista Estudos Turísticos (encerrada em 2007), Revista Patrimônio: Lazer e Turismo (encerrada em 2010), Revista Eletrônica de Turismo Cultural (encerrada em 2010), Revista Global Tourism (encerrada em 2010), Revista Itinerarium (encerrada em 2010), Revista Turismo & Desenvolvimento (encerrada em 2013).

<sup>16</sup> Revista Turismo em Análise (criada em 1990), Revista Turismo: Visão e Ação (criada em 1998), Caderno Virtual de Turismo (criada em 2001), Revista Hospitalidade (criada em 2004).

<sup>17</sup> Revista Brasileira de Ecoturismo (mantida pela Sociedade Brasileira de Ecoturismo – SBECotur) e Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (mantida pela Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR).

<sup>18</sup> Revista Turismo em Análise (Mestrado em Turismo, Universidade de São Paulo/USP), Revista Turismo: Visão e Ação (Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí/UNIVALI), Revista Hospitalidade (Mestrado e Doutorado em Hospitalidade/UAM), Mestrado em Turismo (Universidade Federal do Paraná/UFPR), Revista Rosa dos Ventos (Mestrado e Doutorado em Turismo e Hospitalidade, Universidade Caxias do Sul/UCS), Revista Turismo: Estudos e Práticas (Mestrado em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRN).

<sup>19</sup> Não foram identificadas as instituições responsáveis pelas revistas Estudos Turísticos (extinta em 2007) e Global Tourism (extinta em 2010).

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação região sudeste (8 ocorrências) seguida pela região sul (3 ocorrências). Em relação ao conceito Qualis, verifica-se que 11 periódicos receberam avaliação no triênio vigente (2010-2012)<sup>20</sup>, sendo que destes 5 (45,5%) obtiveram conceito B3, 3 (27,3%) obtiveram conceito B2, 2 (18,2%) conceito B1 e 1 (9%) conceito B4. b) Em relação às publicações: sobre a distribuição por periódicos verifica-se uma concentração expressiva, já que três revistas foram responsáveis por 55% dos artigos publicados: a Revista Rosa dos Ventos publicou 30 artigos; a Revista Cultur, 26 e a Revista Turismo e Sociedade, 14 (todas responsáveis por edições especiais). As revistas Turismo: Visão e Ação e Turismo em Análise publicaram, cada uma, 11 artigos ao longo do período. Em relação ao QUALIS, observa-se que 7% dos artigos foram publicados em periódicos classificados no estrato B1, 19% em B2 e 56% em B3. Em relação à distribuição de por ano, verificou-se um aumento efetivo ao longo do período estudado. O ano de 2009 apresenta o primeiro salto quantitativo: foram publicados 11 artigos, mais que o dobro do ano anterior (5 publicações). Em 2010 e 2011 o número decaiu um pouco, mas se manteve estável (com respectivamente 8 e 9 publicações). Em 2012 houve outro aumento expressivo e atingiu-se 25 artigos, número mantido em 2013 mas ultrapassado em 2014, que teve 33 artigos. Os últimos 3 anos de análise concentram 65,8% do total de artigos analisados, volume explicado pela edição de quatro edições especiais no período: o Dossiê Turismo e Gastronomia editado pela Revista Rosa dos Ventos em dois volumes, um no ano de 2012 (com 10 artigos) e outro em 2013 (com 12 artigos); a Edition Spéciale sobre enoturismo editada pela Revista CULTUR em 2014 (com 13 artigos em francês); e a Edição Especial sobre enoturismo publicada pela Revista Turismo e Sociedade (com 9 artigos em português)<sup>21</sup>. Em relação às principais temáticas, foram identificados os

---

<sup>20</sup> Periódicos com avaliação B1: Caderno Virtual de Turismo (CVT) e Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTUR); com avaliação B2: Revista Turismo em Análise, Revista Turismo: Visão e Ação e Revista Brasileira de Ecoturismo; com avaliação B3: Revista Turismo & Desenvolvimento, Revista Hospitalidade, Cultur – Revista de Cultura e Turismo, Revista Turismo e Sociedade, Revista Rosa dos Ventos; com avaliação B4: Revista Acadêmica Observatório de Inovação em Turismo.

<sup>21</sup> Estas duas edições foram subsidiadas por artigos apresentados e conferências realizadas durante o Colóquio Internacional Vinho, Patrimônio, Turismo e Desenvolvimento, realizado em Florianópolis em dezembro de 2013 pela Cátedra UNESCO Cultura e Tradições do Vinho da Universidade da



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

seguintes grupamentos: Gastronomia como atrativo turístico (66 ocorrências), Gestão em estabelecimentos (20 ocorrências), Gastronomia e Sustentabilidade (10 ocorrências), Gastronomia e Turismo Rural (6 ocorrências), Relações entre Turismo e Gastronomia (5 ocorrências), Formação profissional (4 ocorrências), Pesquisa em Gastronomia (4 ocorrências) e Gastronomia e outros serviços turísticos e Promoção da gastronomia de destinos (ambos com 3 ocorrências). Outros temas foram identificados, mas com menos de 3 ocorrências cada. O tema 'gastronomia como atrativo turístico'<sup>22</sup> foi a mais recorrente, com 66 artigos. O enoturismo é a principal subtemática, e em 2013 e 2014 foi objeto de 36 artigos. A segunda temática mais trabalhada, 'gestão de estabelecimentos'<sup>23</sup>, teve como anos mais significativos 2013 e 2014, ambos com 4 artigos publicados em cada. A terceira temática mais trabalhada, 'gastronomia e sustentabilidade' teve como ano mais 2013, com 5 artigos publicados. c) Em relação aos autores: foram identificados 201 pesquisadores, sendo 27 estrangeiros. Vinte e seis (12,9%) pesquisadores publicaram mais de um artigo. Destes, 17 (65,5%) publicaram 2 artigos, 5 (19%) publicaram 3 artigos, 2 (7%) publicaram 4 artigos, 1 (3,8%) publicou 5 artigos e 1 (3,8%) publicou 7 artigos. Há predominância de artigos publicados por 1 autor (49 correspondentes à 38,8%) e 2 autores (43 correspondentes à 34%). Excluindo-se os 18 artigos publicados em língua estrangeira (espanhol e francês) – apenas um deles fruto de parceria de pesquisadores brasileiros e estrangeiros -, a predominância é de artigos publicados em dupla: 41 artigos (37,9%) diante de 37 artigos (34%) publicados por um único autor. Estão em levantamento os perfis (titulação à época da publicação do artigo) dos autores que tiveram dois ou mais artigos publicados.

#### Referências

---

Borgonha, a Cátedra UNESCO Cultura, Turismo, Desenvolvimento, da Universidade Paris I Panthéon-Sorbonne e a Universidade Federal do Paraná.

<sup>22</sup> Esta abordagem contempla os trabalhos que colocam a gastronomia como principal indutor de deslocamentos turísticos, incluindo subtemáticas como enoturismo, eventos gastronômicos, comidas tradicionais, comida de rua, turismo cervejeiro e turismo de café.

<sup>23</sup> Na abordagem 'gestão em estabelecimentos' foram incluídos artigos que tratam desde a gestão geral do estabelecimento, aspectos concernentes ao comportamento do consumidor, recursos humanos e *design* de experiência.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

- BANDEIRA, M. B. (2008). Publicações científicas em Turismo: uma análise dos periódicos 'on line' no Brasil. Revista Cultur, ano 2, n.1, jan.
- CAMARGO, L. O. L. (2004). Hospitalidade. São Paulo: Aleph.
- CAPES. (2013). Consulta *on line* Qualis (Triênio 2012-2010). Disponível em: <http://qualis.capes.gov.br/webqualis> Acessado em 28.03.2015.
- GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. (2012). Estudos sobre gastronomia no Brasil: um estudo exploratório descritivo sobre dissertações de mestrado concluídas entre 2007 a 2011. Revista Rosa dos Ventos, v.4, n.3.
- GONÇALVES, A.; RAMOS, L.M.; CASTRO, R. F. (2006). Revistas científicas: caracterização, funções e critérios de qualidade. In: Comunicação e produção científica: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo:Angellara.
- SANTOS, G. E. dos. (2011). Publicações em Turismo. Disponível em: [www.publicacoesemturismo.com.br](http://www.publicacoesemturismo.com.br) Acessado em: 20.03.2015.
- SANTOS, G. E. dos; REJOWSKI, M. (2013). Comunicação científica em Turismo no Brasil: análises descritivas de periódicos nacionais entre 1990 e 2012. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v.7, n.1, jan/abr.
- REJOWSKI, M.; RUBIM, R. (2013). O ensino superior da gastronomia no Brasil: análise da regulamentação, da distribuição e do perfil geral da formação (2010-2013). Turismo: Visão e Ação, v.15, n.2.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **História Social do Turismo à luz do método dialético**

Angela Teberga de Paula

Professora do Curso de Turismo Binacional da Universidade Federal do Rio Grande<sup>24</sup>

**Palavras-chave:** História Social do Turismo; Dialética Materialista; Capitalismo.

**Resumo expandido:** O privilégio à história social do turismo proposto nessa reflexão passa pelo entendimento de que o turismo apenas representa uma parcela microscópica da sociedade capitalista que vivemos, a qual é marcada pela profunda e alargada mercantilização dos produtos e relações sociais. Dessa maneira, recuperar a historicidade do turismo pode explicar a razão de o turismo ser considerado um produto a ser consumido na sociedade capitalista, e também a razão de sua intensiva valorização como atividade de atenuação das obrigações do tempo de trabalho. Assim, faz-nos sentido advogar por um método articulado com a historicidade proposta, ou seja, um método de análise que busque extrapolar a lógica da antropologização das relações e da fenomenologia. Referimo-nos a dialética materialista, que aprofunda a historicidade humana, interpretando os processos sociais a partir de suas condições de existência, que estão intimamente relacionados à teoria marxista do modo de produção capitalista, cujas relações sociais são pautadas nas relações de trabalho. Nas palavras de Paulo Netto (2011:40;53), sobre a importância de considerar o objeto para a escolha do método: referindo-se à fidelidade de Marx a seu objeto de estudo: “é a estrutura e a dinâmica do objeto que comandam os procedimentos do pesquisador”. Esse artigo tem como principal objetivo, portanto, reconstruir o discurso científico do turismo, de maneira a interpretá-lo a partir de sua história social, utilizando duas das principais categorias do método dialético materialista: totalidade (apresentar a história tal como ela é) e contradição (essência no capitalismo).

---

<sup>24</sup> Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília. E-mail: angela.teberga@gmail.com

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

**História Social do Turismo:** É do século XVIII a forma “organizada” das viagens de turismo, aquelas nas quais há a combinação de alguns elementos característicos do setor - tais como: fluxo de pessoas, motivação por quaisquer tipos de atrativos e utilização de meios de transporte, hospedagem -, pelos quais o turismo é reconhecido e definido pelas instituições oficiais. Embora a expansão do turismo moderno tenha sido favorecida por fatores como o desenvolvimento de meios de comunicação e transportes, juntamente com o crescimento progressivo das relações comerciais entre diferentes mercados (Sancho, 2001) e com a apropriação de equipamentos e estruturas urbanas para fins turísticos (Camargo, 2003), toda a evolução recente do turismo explica de maneira incompleta a força mercadológica das viagens de turismo. Isto é, para entendermos a gênese da criação e utilização do valor de troca das viagens turísticas é preciso detalhar sua história social. Essa gênese tem como ponto crucial o advento da sociedade industrial, por volta do século XVIII na Europa, e, com ela, a construção social do chamado “tempo livre”.

A lógica capitalista possibilita dois fenômenos, antagônicos e complementares: de um lado, a produção desenfreada de mercadorias que possam ser comercializados e, de outro, a criação de uma força de trabalho, supostamente livre, incumbida da produção e consumo dessas mercadorias. Como a luta perversa por lucros cada vez maiores sempre perseguiu o capitalista, decerto que um dos seus primeiros “instrumentos” para aumentar a produtividade do trabalho foi utilizar todo o tempo do trabalhador: é de conhecimento jornadas de trabalho na Europa que chegavam a 16 horas diárias, durante seis dias semanais. Nas sociedades pré-capitalistas, não se verificava uma diferenciação rígida entre o tempo de trabalho e o de outras atividades, e também o próprio trabalho tinha outros significados. Gradualmente, o valor das mercadorias e o tempo de trabalho que o determina passam a ser referência social, inclusive para os não-assalariados (Siqueira, 2005).

Essa nova divisão gera não somente os limites “físicos” de cada tempo, mas também uma moralização do tempo livre, na qual o divertimento e o nada fazer são momentos de recuperação do tempo de trabalho, este posto em um patamar

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

superior, de realização do homem, de sua completa virtuosidade. Além disso, segundo Dumazedier (2000), como a renda média do trabalhador era abaixo do mínimo necessário para sobrevivência, aspirar por mais horas de tempo livre significava aspirar por um pouco mais de miséria – e qual trabalhador faria isso? Lafargue (1983:25) descreve, com eloquência, o momento: “Uma estranha loucura apossa-se das classes operárias das nações onde impera a civilização capitalista [...] é o amor pelo trabalho, a paixão moribunda pelo trabalho”.

Paralelamente, durante séculos, houve um movimento reivindicatório dos trabalhadores por menos tempo de trabalho e a garantia de seu tempo livre e de descanso. Dumazedier (2000:21) lembra que o lazer passa a estar no bojo das reivindicações dos trabalhadores somente no século XIX, pois, até aquele momento, outras necessidades vitais eram prioridades; e, ainda assim, a luta pela redução da jornada de trabalho precedeu a reivindicação pelo lazer, já que, com a diminuição das horas de trabalho, far-se-ia possível pensar em outras atividades, como as culturais, familiares e políticas.

Lentamente, as conquistas da classe operária vão se traduzindo em leis: a primeira, em 1891, a que limita em 11 horas a jornada diária de mulheres e crianças. As paradas, greves e sindicatos, agora mais organizados, passam a apresentar reivindicações mais elaboradas, inclusive para atividades com ligação mais próxima ao turismo, como férias pagas e passagens coletivas de viagem – essas eram práticas próprias da aristocracia e burguesia e, somente a partir do século XX, passam a tomar nova forma quando praticadas pelos trabalhadores, ou seja, o interesse pelos lazeres populares já tende a substituir a aspiração pelo “repouso”.

De maneira um pouco simplista, podemos dizer que o turismo, tal como o conhecemos no ocidente, tem sua principal manifestação com a conquista das férias pelos trabalhadores – isso porque, anteriormente, as viagens eram restritas a uma pequena elite (a exemplo das peregrinações religiosas dos séculos XII e XV, das viagens culturais pela aristocracia do século XVII, dos passeios nos balneários no século XVIII). Se “datamos” o princípio do turismo na sociedade moderna (a saber,

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação com a conquista das férias no século XIX na Europa, e no século XX em outros países do mundo) é porque, assim como Urry (1996, p. 33), acreditamos que essa é a principal característica do turismo de “massa”, isto é, quando grande parte da classe trabalhadora, pode viajar “para algum lugar com a finalidade de o contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho”. Além disso, é desse período, especialmente na Europa, o fortalecimento comercial das cidades, junto do incremento da economia urbana e consequente êxodo da população das áreas rurais para áreas urbanas (Panosso Netto, 2013).

Essa democratização das viagens tem início na Europa, em meados do século XIX, em razão da ampla utilização do trem e da melhoria das linhas ferroviárias (somente no século XX, em função do desenvolvimento do carro e avião, o deslocamento das pessoas seria mais democratizado). O balneário à beira-mar na Europa é tido como o primeiro destino turístico para as “massas”, que é baseado na apreciação das belezas do litoral e também nos banhos de mar. Os balneários se desenvolveram como um lugar barato para os trabalhadores. Também os mais procurados destinos turísticos na Europa passam pelas primeiras transformações: os balneários da Europa ocidental, depois os parques de diversão, seguido dos acampamentos de férias e dos balneários em torno do Mediterrâneo e, finalmente, uma diversificação de opções “espetaculares” e “exibicionistas” de cidades de pequeno e grande portes para atrair turistas (Urry, 1996).

O ponto fundamental para entendermos o turismo moderno é a racionalização do tempo livre, que chega a um ponto tal que impulsiona ainda mais a comercialização das atividades indicadas para esse tempo. A exploração capitalista, antes limitada ao tempo de trabalho, amplia-se para todas as relações e atividades da vida social dos trabalhadores, incluindo, portanto, o tempo livre – agora organizado com valor de troca, coisificado. Para Adorno (2002:106;104): “É bem conhecido que os fenômenos específicos do tempo livre como o turismo e o *camping* são acionados e organizados em função do lucro”; ainda, segundo o autor, aquele momento que fora inicialmente chamado de “tempo livre”, já não corresponde mais

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação ao seu próprio significado, ao contrário, “nele se prolonga a não-liberdade”. Como esse tempo é marcado pela ausência de autonomia de seus praticantes, o autor o descreve como uma liberdade organizada e coercitiva (inconscientemente obrigatória).

Vemos que “o turismo, tal como concebido na atualidade, tem sua origem na própria concepção capitalista da vida” (Siqueira, 2005:63), a qual se submeteu, como tudo no capitalismo, ao império da geração de lucro. As viagens de turismo recebem grandiosa importância social e de mercado na sociedade capitalista, e sua comercialização é feita como mais um produto do mercado. Krippendorf (2009:9), que cunhou o termo “maquinaria das férias”, afirma: “Hoje, uma mobilidade frenética tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais”. Pesquisas mostram que, nos últimos 100 anos, o turismo foi o setor que mais movimentou a economia e mais se globalizou. A globalização, nesse caso, beneficia o desenvolvimento do turismo em razão da abertura das fronteiras nacionais, do aperfeiçoamento e popularização das tecnologias de comunicação e transportes, além da valorização do consumo de bens e serviços (Panosso Netto, 2013). A massificação das viagens, contudo, ainda não contempla uma grande parcela da população.

O chamado turismo contemporâneo é marcado pela completa internacionalização. “Enquanto os produtores são, até certo ponto, fixados espacialmente, em virtude de terem de proporcionar determinados serviços em determinados lugares, os consumidores são cada vez mais móveis” (Urry, 1996:64). Assim como em outros setores econômicos, a globalização exige que as empresas de turismo sejam altamente competitivas, e inclusive os destinos turísticos passam a competir por “consumidores”. Outras mazelas sociais atribuídas a globalização também podem ser verificadas no turismo, como a utilização de mão-de-obra barata nos serviços turísticos, que requerem um uso intensivo de trabalho.

**Considerações finais:** O ensaio teórico sobre as viagens de turismo, sob a ótica do método dialético, corrobora a tese de que o turismo é um fenômeno social típico da sociedade capitalista e, portanto, possuidor de valor de troca. Observa-se que o

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

aumento do tempo livre, o qual significa a redução ou restrição à exploração dos trabalhadores, não reduziu a busca de lucro, que se desenvolve na direção à mercantilização e comercialização dos serviços turísticos.

#### **Referências**

- Adorno, T. (2002) Indústria Cultural e Sociedade. São Paulo: Paz e Terra.
- Camargo, L. (2003) O que é lazer. São Paulo: Brasiliense.
- Dumazedier, J. (2000) Lazer e Cultura Popular. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva.
- Krippendorf, J. (2009) Sociologia do turismo. São Paulo: Aleph.
- Lafargue, P. (1983) O Direito à Preguiça. 3ª ed. ampl. São Paulo: Kairós.
- Panosso Netto, A. (2013) O que é turismo. São Paulo: Brasiliense.
- Sancho, A. (2001) Introdução ao Turismo. São Paulo: Roca.
- Siqueira, D. (2005) História Social do Turismo. Rio de Janeiro: Garamond.
- Urry, J. (1996) O Olhar do Turista: São Paulo: Studio Nobel: SESC.



Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## Para uma Releitura Conceitual de Turismo Sexual

Marcela Ferreira Marinho<sup>25</sup>  
Marcia Maria Cappellano dos Santos<sup>26</sup>  
Olga Araújo Perazzolo<sup>27</sup>  
José Carlos Köche<sup>28</sup>

**Palavras-chave:** Turismo; Turismo Sexual; Teoria da Sexualidade; Teoria das Representações Sociais.

Independentemente de viés teórico ou ideológico a partir do qual se faça do turismo sexual uma leitura ou se categorizem eventos sociais como suas manifestações concretas, ele vem sendo com frequência associado à perversão, à criminalidade, ao que vêm ao encontro resultados de investigação em matérias de jornal de Alagoas/BR – socializados por Marinho e Santos (2011) – acessadas pelo termo de busca “turismo sexual”, investigação essa complementada por pesquisa (parte de dissertação de Mestrado), efetuada em jornal do Rio Grande do Sul/BR e junto a professores e alunos de cursos de graduação em Turismo, em ambos os estados, a quem foi perguntado o que entendiam por turismo sexual. No entanto, nesse binômio, a adjetivação atribuída ao turismo acena para o termo “sexualidade”, que aí estaria subjacente, e remete a perspectivar, com outros olhares teóricos, a ampliação do respectivo espectro conceitual e, inclusive, divisar ressignificações na identificação e compreensão de representações sociais inferidas. Eis onde a Teoria da Sexualidade, de base freudiana, poderá aportar contribuições importantes.

---

<sup>25</sup> Doutoranda em Turismo e Hospitalidade pela Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil; Mestra em Turismo, pela Universidade de Caxias do Sul. E-mail: marcela\_turismo@hotmail.com.

<sup>26</sup> Doutora em Educação. Docente e pesquisadora do Programa de Pós Graduação em Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias do Sul, RS; Coordenadora do Grupo de Pesquisa (CNPq/UCS) Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais. E-mail: mcsantos@ucs.br.

<sup>27</sup> Mestra em Educação e Mestra em Psicologia Clínica e Psicopatologia; Pesquisadora do Grupo de Pesquisa (CNPq/UCS) Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais

<sup>28</sup> Doutor em Filosofia. Docente e pesquisador do Programa de Pós Graduação em Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias do Sul, RS. Pesquisador do Grupo de Pesquisa (CNPq/UCS) Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais. E-mail: jckoche@ucs.br.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Em ambos os jornais, refletindo produções simbólicas compartilhadas por locutores radicados em pontos geográficos diferentes do País, foi possível perceber aspectos significativos que marcam a percepção da dimensão ilegal associada ao turismo sexual, dentre eles, a presença de termos como “contravenção”, “crime organizado”, “quadrilha”, “combate”, “prisão”, “vítimas”, explicitamente enunciados, denotando o entendimento do turismo sexual inserido nesse universo, particularmente relacionado à exploração sexual de crianças e adolescentes, ao contexto de pobreza, ao imaginário de outras situações de vida, ao tráfico de mulheres e a outros fenômenos ilícitos, instaurando o turismo sexual no cenário dos problemas sociais. Ainda na voz social dos jornais, temas como “erotismo” e “busca pelo prazer” são muito periféricamente abordados, de sorte que o fenômeno “turismo sexual” passa a ser mencionado praticamente associado a um único aspecto, configurando-se, de um lado, um fenômeno que se poderia denominar de metonímico e, de outro, um discurso institucional, pelo teor das matérias, de manutenção da viabilidade do sistema social.

No que diz respeito às respostas de alunos e professores, igualmente, o foco definatório recaiu de forma predominante sobre a exploração sexual e sobre a busca de satisfação sexual. Ressalte-se, no entanto, que, entre os professores, aparece a ideia de negócio vinculada à promoção de experiência sexual, sem marcas semânticas de exploração sexual ou de problema social associado à pobreza ou a pessoas socialmente vulneráveis. Esse conjunto de elementos apreendidos discursivamente no âmbito da mídia e da Academia, quando reportados aos supostos de Durkheim, citado por Moscovici (2004), estariam a refletir um jogo de interação a alimentar e a ser alimentado por modelos simbólicos, por imagens e valores afetos ao turismo sexual, este, interpretado e reinterpretado em um universo conceitual objetivado e ancorado prioritariamente na exploração sexual que ocorre **no** cenário do turismo, a qual passa a instituir-se como elemento básico definatório do fenômeno. Particularmente na Academia, o turismo sexual aparece também interpretado e reinterpretado num universo conceitual objetivado e ancorado na

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

busca da satisfação sexual orbitada, igualmente, **no** contexto do turismo. São essas representações que estariam a (re)construir-se nas influências recíprocas estabelecidas entre mídia e sociedade, entre mídia e Academia, entre professores e alunos.

Voltando agora as lentes analíticas à luz da abordagem psicoantropológica que caracteriza a psicanálise freudiana, uma outra leitura pode ser feita no intuito de discutir o conceito de turismo sexual. Nesse sentido, assumindo o pressuposto de que a sexualidade constitui o cerne do sistema de compreensão da vida mental dos sujeitos e da organização social, mostra-se como um caminho a ser tomado recorrer ao discurso da organização dos grupos sociais, ou seja, ao discurso fundante de acesso à cultura, de reconhecimento do interdito que viabiliza o social, impondo como necessária a repressão da sexualidade e da agressividade.

A sexualidade permeia a vida humana de forma profunda e integral, na medida em que se trata de impulsos humanos originalmente polimorfos, amorais, perversos e submetidos aos ditames e à urgência da instância mais profunda do aparelho psíquico: o Id (Freud, 1975). Assim, para que o sujeito aceda à cultura, para que se integre à lógica normativa que constitui a base do convívio social, é necessário que o Ego opere na direção de reprimir impulsos e lembranças, dando adequado destino às pulsões e aos traços da memória que envolvem objetos e formas de prazer inviáveis de serem acolhidos ou aceitos pelo próprio sujeito e pela sociedade, pois comprometem a viabilidade das relações e a gregariedade humana. Trata-se, sobretudo, da repressão dos impulsos/ideias/desejos perversos, incluindo desde práticas que afrontam sistemas elementares de valores de um grupo de referência e familiar, até práticas transgressoras de abrangência jurídico-legal. A repressão instaura-se, assim, como base para a ordem social através do deslocamento das ideias/impulsos proibitivos para outros objetos e processos aceitos e valorizados pelo grupo em que os sujeitos se constituem.

Portanto, elementos pulsionais “inconcebíveis” não podem ser aflorados na sua forma original. Devem ser mantidos encobertos ou devem deslizar por

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

conteúdos que metaforizam os elementos originais, viabilizando algum grau de satisfação. Essa é razão pela qual a sexualidade assume formas de tabu em praticamente todas as sociedades humanas (Freud, s.d.); esse é o processo que constrói a concepção de inerência social da sexualidade como prática submetida a regras morais; essa é a base que explica a tendência de o tema “sexualidade” ser evitado, ser desconfortável e ser tratado com desvios e cuidados em qualquer âmbito; e por fim, essa é ainda a razão que justifica a associação do termo “turismo sexual” com a ideia de sexualidade transgressora, pois tudo o que se refere ao sexual, para ser aceito, deve ter outro nome, e toda busca sexual deve ser velada, colorida com tons que disfarçam sua origem. Se a cultura falha na propagação do discurso que funda o regramento social, a transgressão se instala, desestabilizando a ordem que viabiliza a manutenção dos sistemas de comportamentos humano/coletivo.

É nessa perspectiva que, no contexto contemporâneo, a mídia, como representante privilegiado da instituição social, assume o discurso fundante, dele sendo portadora. Como denunciante dos fatos e das práticas transgressoras, os jornais estariam fortalecendo o discurso de ordem que viabiliza a organização das relações humanas na sociedade, atuando como anteparo a frear a perversidade do homem no seu cotidiano, no qual é aberto espaço para o gozo pela via da transgressão real, tornando difusas as fronteiras entre o perverso e o “saudável”; atuando como anteparo ao culto das sensações imediatas, das sensações dos prazeres do corpo e dos sentidos, as quais minam e pulverizam o ideal de subordinação do individual às regras racionais coletivas e assim instituem a realização pessoal como um valor fundamental, característica do mundo pós-moderno de que fala Lipovetsky (2007). Nesse cenário de permissividade dos comportamentos sexuais e de puerilidade relacional, o discurso fundante, que demarca os limites da transgressão da lei e que viabiliza a organização dos grupos humanos, é ampliado pela voz da mídia, de modo a (re)estabelecer a ordem social como um mecanismo autorregulatório a ecoar no imaginário coletivo.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

A leitura das respostas de alunos e professores reporta, de igual forma, à configuração de dois grandes polos definitórios: exploração sexual de menores (leia-se perversão sexual), de um lado; busca pela satisfação sexual (ou busca do prazer sexual), de outro. Em relação ao primeiro polo, parecem ecoar os mesmos elementos que ecoam da voz da mídia, o que pode indicar que essa é a voz social que também predomina na Academia. Especificamente no que tange ao discurso dos alunos, uma hipótese é a de que nele poderia estar ecoando também a voz dos próprios professores, num processo em que a formação e a identificação se aglutinam no fenômeno da aprendizagem. Outra seria a de que o ingresso na faixa de jovem adulto, tende a promover uma “volta” aos vínculos estabelecidos com as figuras parentais, reassumindo padrões da cultura original, de forma a consolidar a identidade adulta. Nesse sentido, o lugar da sexualidade volta a ser ressignificado à luz dos processos repressivos.

No que se refere ao outro polo definitório do discurso dos alunos, uma interpretação possível é a de que possa estar refletindo a “voz científica” da Academia, a assunção de uma postura de isenção frente ao fenômeno, de compreensão/aceitação do homem (ser bio-psicossocial), isento de juízos de valor.

Por outro lado, chama a atenção que esses mesmos acadêmicos, aprendentes de ou especialistas em turismo, que trazem às suas respostas conceitos de ordem técnica relacionados à área, cujo discurso estaria colocando-os na posição de cientistas, ao conferirem à busca de satisfação do desejo sexual o elemento definitório de turismo sexual, não tenham feito referência a segmentos turísticos em cuja denominação não aparece o termo “sexual”, mas que têm por finalidade primeira (não declarada) propiciar experiências de prazer sexual inseridas socialmente no âmbito da “normalidade”. Não há qualquer menção sobre “turismo de lua de mel”, por exemplo.

De outra parte, a considerar que aqui se aventam, à luz da psicanálise freudiana, hipóteses explicativas a conceitos depreendidos do discurso, não se poderia, indo ao extremo, descartar a possibilidade de que as definições estariam

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

refletindo um processo de pensar que subtrai a conotação de perversidade, constituindo bases para a sustentação de pilares teórico-práticos para as atividades profissionais do turismo que legitimem o gozo contemporâneo pela transgressão, pelo ilícito.

A discussão acerca do conceito de turismo sexual, quer à luz da Teoria das Representações Sociais e da psicanálise freudiana, quer à luz de outras teorias que se venha a eleger, permite que se avance na distinção entre o fato (exploração sexual perversa) que, não se está a negar que ocorra no cenário do turismo, e a instituição desse fato como elemento definitório de turismo sexual, por meio de um processo metonímico. Permite igualmente avançar na compreensão de tabus em relação ao termo “sexual”, por associação deste à sexualidade transgressora, ao que precisa ser reprimido, “esquecido”, precisa estar alheio à vida consciente dos sujeitos – tabus esses que estão subjacentes a verbalizações metafóricas de substituição do termo “sexual” por outros socialmente aceitos. Mesmo que em passos lentos, poder-se-á avançar, também, no reconhecimento de que há um lugar pertinente, sadio, e adequado para atender à demanda do turista na sua busca humana de prazer (não ilícito e/ou perverso), de satisfação erótica, e de reconhecimento de que é possível, como se verifica em alguns casos em que essa dimensão é considerada, planejar roteiros, planos e projetos inserindo, com sensibilidade e respeito às normas sociais vigentes, alternativas que propiciem aproximação entre pares, clima romântico, a realização de fantasias, dentre outras alternativas. Nessa direção, fala-se da importância de o profissional do turismo reconhecer o desejo de natureza sexual do turista como um desejo humano, que não se constitui perverso ou ilícito *a priori*, pois já deslizou por significações toleradas pelo Ego. Fala-se, pois, da necessidade de inserir na formação acadêmica processos que ativem reflexões sobre o homem, sobre suas dimensões ético-morais e constitutivas, separando o que é perverso e ilícito do que é legítimo e plausível propiciar. A reflexão de cunho epistemológico emerge, pois como relevante caminho a ser trilhado nessa direção.

## Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

### Referências

FREUD, S.(1975). **Além do Princípio do Prazer**. Tradução de Christiano Monteiro Oiticica. Rio de Janeiro: Imago. (Pequena coleção das obras de Freud extraída da Edição *Standard* brasileira das obras psicológicas completas de Freud. livro. 13)

FREUD, S. (1997). **O mal-estar da civilização**. Tradução de José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro: Imago.

LIPOVETSKY, G. (2007). A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras.

MARINHO, M. F.; SANTOS, M. M. C. (2011). Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual - Análisis de notas periodísticas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 20, p. 1175-1195.

MOSCOVICI, S. (2004). *Representações sociais: Investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes.

OBRAS completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Delta, [19--]. 19 v [Totem e Tabu].

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## Quem é o Sujeito do Turismo? Proposição do conceito sujeito-trama para o Turismo e a Hospitalidade

Maria Luiza Cardinale Bapstista<sup>29</sup>  
Universidade de Caxias do Sul

**Palavras-chave:** turismo; subjetividade; caosmose; midiaticização; amorosidade.

**Resumo expandido:** O presente resumo discute a complexidade da subjetividade contemporânea e suas implicações para o Turismo, na sua dimensão caosmótica, complexificada também pelos processos de midiaticização. Trata-se de discussão empreendida no Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese. Amorosidade, aqui, considerada como binômio com hospitalidade, como base para o estabelecimento de relações marcadas pelo acolhimento entre os sujeitos envolvidos em processos do Turismo. O texto traz relato de discussão pertinente a pesquisas realizadas na Universidade de Caxias do Sul, com o apoio do CNPq. As investigações são transdisciplinares, com orientação qualitativa para a construção das estratégias metodológicas plurais.

O texto sinaliza eixos teóricos para a abordagem da complexidade subjetiva no Turismo, que decorre da interação direta entre os sujeitos ou é mediada por dispositivos tecnológicos de comunicação. Com referencial esquizoanalítico, apresenta a proposição de sujeito-trama, composição de campo subjetivo caosmótico, marcado por múltiplos atravessamentos, também resultantes de fenômenos complexos, de agenciamentos midiáticos-socioeconômicos-políticos e

---

<sup>29</sup>Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da UFAM. email: malu@pazza.com.br.



Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação culturais, aspectos desafiadores em termos de internacionalização crescente do Turismo e das relações dos sujeitos.

A discussão sobre quem é o sujeito do turismo apresenta a confluência de estudos que venho realizando ao longo dos últimos anos. Estudos sobre subjetividade e sobre turismo, em especial, associados a um terceiro 'fio'. A resposta à interrogação: "Quem é o sujeito do turismo?", passa, entre outros fatores analisados neste texto, pela midiatização desse sujeito, ou seja, pela complexa teia de ações que constituem a imagem desse turista, através da convergência midiática, que se constitui, cada vez mais, em uma trama complexa de relações. Neste ponto, a abordagem remete a outro 'fio' dessa minha teia de vida pesquisadora: a Comunicação Social. Então, tem-se, aqui, como ponto de partida, como estação de embarque, nesta 'viagem-texto': a confluência dessas três áreas de estudo: Subjetividade, Turismo e Comunicação.

Desde a graduação em Jornalismo, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Sul do Brasil, me interessei por aspectos emocionais da subjetividade nos processos interacionais. No início, processos de interação através das mídias, aspectos políticos dessa midiatização, mas sempre mesclados pelo desejo de compreender melhor os processos de interação de subjetividades, o que faz com que as pessoas se entendam, se relacionem bem, se comuniquem bem. O aprofundamento desses estudos, posteriormente, em nível de Pós-Graduação, Mestrado e Doutorado, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), possibilitou vislumbrar uma trama complexa de subjetividades, entremeada de complexos feixes de forças. Foi possível ultrapassar os estudos no nível da interface Comunicação-Psicanálise, para buscar referências nos estudos de subjetividade, que permitissem compreender o sujeito em meio ao imbricamento dos laços econômico-políticos do sistema capitalista. Foi ficando cada vez mais clara a diferença da noção de indivíduo, para a de sujeito. O termo indivíduo remete à ideia de unidade, de um ser resultante da divisão do universo, do 'tecido' social, enquanto a noção de sujeito favorece à compreensão dos entrelaçamentos, da complexa teia

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

sistêmica em que esse sujeito está e que, ao mesmo texto, constitui sendo ele próprio uma teia-trama. Nesse sentido, meus estudos se direcionaram para os pressupostos da Esquizoanálise, perspectiva criada por Félix Guattari e Gilles Deleuze, na confluência e questionamento forte dos estudos freudianos e marxistas. Os pressupostos de um e de outro, na crítica esquizoanáltico, eram restritos, porque separavam o inseparável, a engrenagem maquinica produzida pelas grandiosas máquinas desejanças.

### **Em busca de um sujeito-trama do turismo**

A proposição do conceito sujeito-trama para o Turismo alinha-se aos meus estudos na área da Comunicação Social, em que cunhei o conceito 'comunicação-trama', para representar a complexidade do processo comunicacional. Propus a seguinte definição<sup>30</sup>: Comunicação é interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis, corporais e incorporais, significantes e a-significantes, podendo ser ou não mediada por dispositivos tecnológicos, na constituição de algo como um campo de força de encontro de energias, decorrente dos universos de referência de cada sujeito envolvido. Quer dizer, encontro de universos de sujeito, universos subjetivos (Baptista, 2000, p. 33-34). Penso que a concepção ainda é válida como síntese do meu pensamento sobre o conceito de comunicação e pode ser associada ao turismo, para retratar a composição de campos subjetivos também nesta área. Com base em estudos da Esquizoanálise e de referencial relativo à Ciência Contemporânea, proponho, mais recentemente, a abordagem a partir da compreensão do processo como algo mais denso, intenso, avassalador, que eu penso chamar de 'encontro de corpos'. Refiro-me, aqui, diretamente à noção de Corpos sem Órgãos<sup>31</sup>, da Esquizoanálise, com a qual entrei

---

<sup>30</sup> O conceito está apresentado no artigo "Comunicação, amorosidade e autopoiese", um dos textos-síntese dos pressupostos teóricos com os quais trabalho, mas também está desenvolvido na minha tese de doutoramento, defendida na Universidade de São Paulo.

<sup>31</sup> O conceito de "corpo sem órgãos" proposto em *O Anti-Édipo* (1996). Interessante à síntese de Ovídio Abreu Filho (1998), comentando o conceito a partir de análise da sequência de livros de Guattari e Deleuze intitulada *Mil Platôs*. Trata-se de conceito que permite pensar o desejo como

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação em contato no livro de Guattari (1992) intitulado *Caosmose* e mais tarde pude aprofundar a partir de outras leituras do autor e de pesquisas com base nesse referencial.

Nessa perspectiva do encontro de corpos (Corpos sem Órgãos), tanto na Comunicação quanto no Turismo, aciona-se a intensidade da desterritorialização, no encontro de universos existenciais, a partir do choque de singularizações subjetivas, agenciadas por máquinas abstratas. Nesse sentido, Guattari (1992, p. 162) afirma: “[...] não se poderá mais falar do sujeito em geral e de uma enunciação perfeitamente individuada, mas de componentes parciais e heterogêneos de subjetividade e de Agenciamentos coletivos de enunciação que implicam multiplicidades humanas”.

Diante dessa percepção, evidencia-se a necessidade de conhecer os pressupostos da construção de dispositivos afetivos interacionais que são agenciados em processos de Turismo. Destaco, nesse sentido, a importância de mobilização de elementos que constituem o que eu venho chamando de os substratos inscriacionais de afetivação, que inscrevem, criam e acionam os afetos. Esses elementos são resultantes da interação afetiva de sujeitos, no sentido de uma interação que ‘toque os seus afetos’ e produza desterritorializações, de tal forma a fazer o sujeito desacomodar-se do si mesmo ou dos territórios conhecidos, para empreender uma viagem na direção do Outro, ou seja, o trânsito dos universos de referência existenciais imanentes nas expressões territorializadas. Essa viagem pode ser expressa e realizada de muitas maneiras, mas o que é importante aqui é que, para começar, ela precisa ser efetivada, agenciada. O deslocamento, a desterritorialização, depende do acionamento de afetivações.

Desse modo, a produção do Turismo está relacionada diretamente a processos de desterritorialização, o que implica, na Esquizoanálise, o agenciamento de máquinas desejanças, de subjetividades maquínicas. Parece que o deslocamento, o

---

processo que produz o campo de imanência de seus agenciamentos e não na dependência da ideia do corpo como origem das necessidades e lugar dos prazeres. Criar, selecionar e articular os corpos sem órgãos plenos, eis o programa da Esquizoanálise.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

engate, o que põe o sujeito em movimento, é uma das chaves para a criação de novidade, de (re)novação, de (re)invenção. A desterritorialização desejan- te da comunicação e do turismo tem a potência de gerar o acontecimento, em si, justamente porque o sujeito se despre- ga do 'si mesmo', das amarras territorializadas dos maquinismos de subjetivação dos seus territórios existenciais. Para o encontro- acontecimento comunicacional e turístico, há que se 'pôr na estrada', em direção ao Outro. Essa é uma das principais discussões do Amorcomtur! e dos meus estudos.

#### Referências

Abreu, O. F. (1998) **Mil Platôs. Capitalismo e Esquizofrenia**. Resenha. Mana, Rio de Janeiro, 4: out. Recuperado de <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93131998000200008>> em 16 mar. 2014.

Baptista, M.L.C., (2000) **O sujeito da escrita e a trama comunicacional: um estudo sobre os processos de escrita do jovem adulto como expressão da trama comunicacional e da subjetividade contemporânea** (Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 440 p.

Guattari, F. (1992) **Caosmose: um novo paradigma ético-estético**. Rio de Janeiro, Ed. 34.

Guattari, F.; Deleuze, G. (1996) **O Anti-Édipo**. Trad. Campos, A. Lisboa: Assírio e Calvim.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Reflexões Sobre a Subjetividade e o Turismo na Festividade Círio de Nossa Senhora de Nazaré, de Belém do Pará.**

Renato dos Santos Lima<sup>32</sup>  
Maria Luiza Cardinale Baptista<sup>33</sup>

**Palavras-chave:** Sujeito-trama; Subjetividade; Turismo; Círio.

O presente texto discute aspectos da subjetividade, envolvendo o sujeito pesquisador e o sujeito turista, da festividade Círio de Nossa Senhora de Nazaré, de Belém do Pará, a partir de pesquisa que está sendo realizada no Mestrado em Turismo e Hospitalidade na Universidade de Caxias do Sul. Em termos teóricos, associa abordagens de Turismo e Subjetividade, às concepções que orientam o Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Amorosidade e Autopoiese (UCS/CNPq). Decorre, ainda, de observação e resgate de lembranças, registrados em Diário de Campo, ao longo de quatro anos. A construção metodológica da pesquisa tem passado pela discussão entre o sujeito-trama-pesquisador e o sujeito-trama-turista, considerando o viés da cartografia de saberes.

Este trabalho surge, a partir das reflexões feitas para a construção da pesquisa de dissertação “A Amorosidade do olhar do peregrino em contraponto à midiatização da festa Círio de Nazaré como dispositivo potencializador do Turismo Religioso em Belém do Pará”. Inicialmente, a discussão tinha como foco principal identificar, somente, qual era o sujeito do turismo, presente na festividade para auxiliar a construção metodológica que seria aplicada a pesquisa. À medida que

---

<sup>32</sup> Turismólogo e Mestrando de Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias dos Sul. Integrante do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS). Email: [renato\\_lima21@hotmail.com](mailto:renato_lima21@hotmail.com).

<sup>33</sup> Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Email: [malu@pazza.com.br](mailto:malu@pazza.com.br).

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

iniciamos a análise, tornou-se impossível identificar somente um sujeito, pois “não há como analisá-lo individualmente, isoladamente, porque a comunicação se dá na partilha, na interação, no encontro de corpos comunicacionais [...]” (BAPTISTA, 2014, p. 3). E a partir daí, começamos a ampliar a visão do sujeito, para sujeitos, agora no plural, buscando fazer aproximações entre o sujeito que pesquisa e escreve com o sujeito que visita e é turista.

O pensamento do pesquisador mestrando, para a descoberta dos sujeitos, estava cheio de múltiplos atravessamentos, sempre se colocando no centro do objeto, como participante ativo desse campo subjetivo. Sem saber, começava a discutir a ideia de ‘interação de sujeitos’, que está ligada a uma “trama-teia complexa” (BAPTISTA, 2014, p. 6), de subjetividades, encontros e desencontros, onde “[...] estes sujeitos estão envolvidos em relação, por muitos agenciamentos, em uma engrenagem maquina que se movimenta por maquinismos abstratos [...]”. (BAPTISTA, 2014, p. 9). As descobertas preliminares foram mostrando a imbricação pesquisador-pesquisado, como uma ‘trama subjetiva complexa’, assim como propõe Baptista.

Essa percepção sinalizou para a necessidade de uma aproximação metodológica que possibilite refletir sobre a temática. Então, precisaria identificar qual a orientação do método deveria ter para aplicar na pesquisa de turismo em desenvolvimento. Na roda de conversa do Amorcomtur!, denominada Encontro Caótico da Comunicação e do Turismo, foi discutida a Cartografia dos Saberes, para auxiliar na caminhada-pesquisa. Baptista esclarece que “a cartografia de saberes ajuda o estudante a enfrentar a fatídica situação, sintetizada nas perguntas: ‘por onde começar?’ e, depois, ‘o que fazer com tantas informações?’”. (BAPTISTA, 2014)

Então, tendo como base os conceitos da Cartografia dos Saberes, foi sendo percebido que a caminhada metodológica não é isolada, única. Ela se estabelece por múltiplos caminhos, ou seja, uma “trama de trilhas”, que possibilita o pesquisador montar o quebra-cabeça-pesquisa de forma sistêmica e que o faz

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

“compreender mais profundamente o fenômeno que está estudando”. (BAPTISTA, 2014)

As considerações deste texto partem de registros no diário de campo, com observações resultantes do que Baptista chama de resgate de lembranças, para partir à análise dos ‘sujeitos’ do evento turístico, na construção da dissertação.

Essa composição implica em mergulho no objeto/fenômeno escolhido para estudar e no conhecimento já produzido a respeito, por outros investigadores, bem como no reconhecimento e a efetivação, possíveis com a vivência da pesquisa. A trama investigativa, então, vai se compondo de saberes e inquietudes pessoais que possam ter significados sociais e para as áreas de conhecimento envolvidas; saberes dos outros (teóricos e das experiências compartilhadas) e a vivência mesma no campo da pesquisa, no que eu chamo de ‘chão de fábrica’, no sentido de usina de produção de saberes, no nosso caso, a respeito do Turismo. (BAPTISTA, 2014)

Nesse sentido, houve a revisão, no diário de campo do mestrando, sobre como se organiza e se estrutura a festividade. Os dados registrados sobre o evento, a partir de experiência pessoal, informam que, no segundo domingo do mês de outubro, na cidade de Belém, Estado do Pará, acontece há mais de dois séculos (222º anos), uma das maiores manifestações católicas do mundo, o Círio de Nazaré. Esse evento reúne, em só um dia, mais de dois milhões de pessoas, nas ruas do centro da cidade, em procissão, reverenciando a imagem de Nossa Senhora de Nazaré. São 22 dias de programação (da segunda-feira, que antecede o domingo do círio, e terminando três semanas depois, com o retorno da imagem de Nazaré para local onde ela é guardada até o próximo ano), 15 dias de festas, contando com 12 procissões (traslado para Ananindeua, romaria rodoviária, romaria fluvial, moto-romaria, traslado, círio, ciclo-romaria, romaria da juventude, romaria dos corredores, romaria das crianças, procissão da festa e recírio), diversas manifestações culturais (círio musical, arraial das águas – arrastão folclórico, arraial de Nazaré - parque de diversões, feira do miriti entre outras) e atividades litúrgicas (missa, adoração, terço, vigílias e entre outras)<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Portal do Círio de Nazaré. Disponível em <http://www.ciriodenazare.com.br/portal/index.php>.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

A festividade de Nazaré representa um momento diferente ao povo paraense, onde as famílias se unem em torno da mesa para rezar, comer e festejar o dia santo. A Cidade modifica seus hábitos diários para se 'enfeitar', como Alves esclarece quando diz que “quando uma sociedade, ou um segmento desta, sai do ordinário de sua rotina cotidiana para viver anualmente o ‘extraordinário’ [...] é porque tal acontecimento tem a ver com a própria existência do corpo social”. (ALVES, 1980, p. 21). Belém se prepara para receber, acolher e atender os turistas e peregrinos, para o que se denominou de ‘Natal do povo paraense’, o Círio.

Após a apresentação da manifestação religiosa (Círio) e seus principais momentos, partiu-se para o que, no primeiro momento, será chamado aqui de ‘a busca dos sujeitos (históricos)’ existentes no Círio. Trata-se de tentar identificar como "os peregrinos" se enxergam diante da manifestação religiosa. Com a fala, o mestrando: “E quando falo de peregrino, tento buscar a compreensão do meu olhar, empírico, em quatro perspectivas principais de sujeito: o **sujeito local**, que é residente na cidade de Belém, participante como peregrino/romeiro no Círio e conhecedor de como a programação se desenvolve; o **visitante-morador**, que não reside atualmente em Belém, mas fez parte em algum momento do processo, quando morou na cidade e/ou tem vindo, com frequência, em outros períodos visitar seus familiares/amigos, porém estando sempre durante a festividade; o **turista religioso**, que vive na fé as características religiosas, se dispondo a viajar para locais tidos como "sagrados/santos" e identifica o Círio nessa perspectiva religiosa; e, o **turista** que aproveitou o momento de festa para conhecer a cidade e/a festividade do Círio, mas não se enquadra como um religioso. Encontrados esses quatro principais sujeitos, parto para análise de como eles coexistem na festividade. Chego à ideia de que esses quatro sujeitos se correlacionam, pois representam o eu do pesquisador, aqui, neste caso, representado pelo meu eu”.

Com tudo que foi apresentado, percebemos que existe entrelaçamento do sujeito-trama-pesquisador e o sujeito-trama-turista. O que se vislumbra, até o momento, nas discussões sobre a pesquisa, ainda em fase inicial, é o



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

reconhecimento de que o sujeito do Círio é complexo e que, mesmo essas sinalizações aqui apresentadas, precisam ser consideradas em suas variações e implicações contextuais. Acredita-se que a discussão sobre o sujeito do turismo, empreendida pelo Amorcomtur! e também vinculada a uma pesquisa maior, intitulada Desterritorializações Desejantes em Turismo e Comunicação, realizada na Universidade de Caxias do Sul, pode contribuir para a compreensão das potencialidades turísticas do evento Círio de Nazaré, a partir do reconhecimento dos próprios sujeitos que o produzem.

#### Referências

ALVES, Isidoro M. S. (1980). O Carnaval devoto: um estudo sobre a Festa de Nazaré, em Belém. Petrópolis-RJ: Editora Vozes.

BAPTISTA, M. L. C. (2014, jul-set). Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. Revista Rosa dos Ventos, v.6, n.3.

BAPTISTA, M. L. C. (2014, setembro). Quem é o Sujeito da Comunicação? A proposição de sujeito-trama, como campo caosmótico, e suas imbricações complexas, em tempos de internacionalização. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR, Brasil, 37.

Portal Círio de Nazaré (2015). Consulta *On line* (programação). Disponível em <http://www.ciriodenazare.com.br/portal/>. Acessado em 28.04.2015.

LIMA, R. S. (2015). Diário de pesquisa (2011-2015), Belém, Pa.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Turismo e Comunicação-Trama: interfaces para o estudo do sujeito do turismo**

Natalia Biazus<sup>35</sup>  
Maria Luiza Cardinale Baptista<sup>36</sup>

**Palavras-chave:** Turismo; Comunicação-trama; Subjetividade.

### **Introdução: Turismo e Comunicação Social**

O presente trabalho tem como objetivo aproximar o campo de estudos do Turismo ao campo da Comunicação Social, a partir da perspectiva da Comunicação-trama. Trata-se das observações iniciais de um estudo que está em andamento, em nível de mestrado na Universidade de Caxias do Sul, com vinculação ao Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese. A metodologia envolve uma pesquisa de caráter qualitativo, realizada por meio de revisão bibliográfica, envolvendo textos sobre as temáticas aqui propostas. O referencial teórico deste estudo está constituído por textos sobre ciência e contemporaneidade, turismo, teorias da comunicação, especialmente na orientação da comunicação-trama. Como resultado prévio, pode-se mencionar a possibilidade de o estudo contribuir com a trama de saberes do campo turístico, ao propor o desafio de pensar o sujeito-trama do Turismo.

A relação entre os campos do Turismo e da Comunicação Social pode ser observada desde sua história, sua gênese e origem, antes mesmo das aproximações propostas neste trabalho. Tanto a história do Turismo, quanto da Comunicação Social, estão atreladas ao modo de produção do sistema econômico capitalista. Na obra *A Produção do Saber Turístico*, a pesquisadora Marustska

---

<sup>35</sup> Acadêmica do curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH) da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Bacharel em Comunicação Social Habilitação em Relações Públicas pela mesma Instituição. Integra o Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS). E-mail: nati.biazus@gmail.com

<sup>36</sup> Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Email: malu@pazza.com.br.

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Moesch inicia o primeiro capítulo afirmando que “O turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. A cada avanço capitalista, há um avanço do turismo.” (Moesch, 2002, p:9). Nesta mesma obra, a autora faz um resgate das interpretações acadêmicas para o fenômeno ao longo do tempo, trazendo uma multiplicidade de conceituações. Ela percorre o caminho desde o surgimento da palavra turismo, no final do século XIV, passando por diferentes escolas, e chegando a dois principais marcos que influenciaram e influenciam os estudos em turismo: funcionalismo e fenomenologia. Para compreender o processo de constituição do campo turístico, também estão compreendidos textos relacionados da história do Turismo (Boyer, 2003; Lickorich & Jankins, 2000).

No percurso histórico da Comunicação Social, encontramos marcas semelhantes ao do Turismo, que levam à fragmentação do todo comunicacional para o entendimento de seu funcionamento. Os estudos acadêmicos relacionados à comunicação iniciaram no século XX atrelados à Sociologia. Em um cenário de industrialização massiva e de cidades cada vez mais populosas, a Comunicação estava diretamente ligada ao funcionamento da sociedade: fortalecimento das linhas de produção e pessoas compreendidas como indivíduos dentro de grandes massas. Nesse contexto, surge a sociologia funcionalista da mídia, com o princípio mecanicista de Lasswell “Quem diz o quê por que canal e com que efeito?” (Mattelart & Mattelart, 1999, p:40).

Já na metade do século XX, a Teoria da Dependência apontou como um novo modelo de compreensão, buscando compreender o processo de interpretação e satisfação nos receptores (Araujo in Martino, França, & Hohlfelt, 2002). O final do século XX foi marcado pela teoria crítica da Escola de Frankfurt, onde estudiosos como Adorno, Benjamin, Habermas e Marcuse foram as principais referências dessa escola, que ainda hoje reverbera em nossa sociedade. Nela, a crítica ao sistema estabelecido é elevada, e traz grandes contribuições para se refletir o papel dos meios de comunicação. (Mattelart & Mattelart, 1999).

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Importante observar que, tanto nos estudos de recepção quanto na Escola de Frankfurt, a Comunicação Social foi estudada a partir da lógica de funcionamento que compreende a comunicação como um mecanismo que possui funções rígidas para cada etapa: um emissor, que se utilizava de um código para enviar uma mensagem por um canal para um receptor, que poderia entender ou não.

Os breves fatos retomados aqui acordam diferentes estudos realizados na perspectiva do Turismo e das Ciências da Comunicação ao longo do tempo. Com isso, o trabalho proposto busca uma aproximação destes dois campos com a realidade social em que estamos inseridos, o real contemporâneo, a partir de perspectivas ligadas à discussão da pós-modernidade.

No decorrer das últimas décadas, estudos acerca de diferentes áreas do conhecimento trouxeram novas bases para a compreensão da ciência. O sociólogo e teórico português, Boaventura de Souza Santos, defende que “[...] a época que vivemos deve ser considerada uma época de transição entre o paradigma da ciência moderna e um novo paradigma, de cuja emergência se vão acumulando os sinais, e a que, à falta de melhor designação, chamo de ciência pós-moderna” (Santos, 2012, p:64). Nessa conjuntura de ruptura de modelos, este trabalho busca uma aproximação do Turismo e da Comunicação Social com as discussões acerca da ciência pós-moderna, conectada ao conceito da Comunicação-trama.

### **Turismo e Comunicação-trama**

Dentre os diferentes conceitos sobre o Turismo na contemporaneidade, considera-se a ideia do Turismo como um fenômeno que ultrapassa as questões econômicas e sociais, e é compreendido como um campo complexo de múltiplas facetas e interferências e, principalmente, que acontece com e para as pessoas.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório dessa dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheados de objetividade/subjectividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.” (Moesch, 2002, p:9)

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Tendo em vista a perspectiva da multiplicidade de conceitos do Turismo, é interessante uma segunda ideia sobre o turismo, abordada pelo pesquisador italiano Alberto Sessa. De acordo com Moesch, para este autor “no turismo, o epicentro do fenômeno é de caráter humano, pois são os homens que se deslocam, e não as mercadorias [...]” (Moesch, 2002, p:13). A perspectiva entender o ser humano como epicentro, sendo ele a origem do “terremoto” turístico, nos leva a fazer uma conexão com um outro caráter: o sujeito do turismo.

Para este trabalho, o sujeito é visto como o elo de ligação entre as discussões do turismo e da comunicação-trama, sendo a última capaz de contribuir com o processo de compreensão do epicentro do turismo, ou seja, do sujeito. A comunicação-trama é uma perspectiva teórica da comunicação ligada a conceitos contemporâneos de ciência e de teorias da comunicação, que aproxima os estudos de Psicologia e Comunicação. Esta abordagem contempla o entendimento da subjetividade, esquizoanálise, e amorosidade no processo comunicacional<sup>37</sup>.

A concepção da comunicação-trama “parte do conceito de comunicação associada à noção de trama: Comunicação é a interação de sujeitos, a partir do fluxo constante a multidirecional de informação entre eles, uma espécie de trama-teia, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis.” (Baptista, 1999). Nesse entendimento, a comunicação passa de um processo rígido para ser vista como um encontro de interação de pessoas “Não há mais a concepção de emissor, de um lado, e receptor, de outro. O que importa é a relação.” (Baptista, 1999). Importante trazer para conhecimento que a interação de sujeitos não é necessariamente um encontro de igualdades, mas sim um encontro de realidades, contribuindo para o entendimento de que o conflito também faz parte da condição caótica complexa em que vivemos. Se a comunicação é a interação complexa de sujeitos, e o que importa é a relação, quem são esses sujeitos?

---

<sup>37</sup>A comunicação-trama é um conceito desenvolvido pela Professora Doutora Maria Luiza Cardinale Baptista ao longo de sua carreira. O conceito é decorrente de uma perspectiva transdisciplinar, nele estão compreendidos os estudos da visão sistêmica, esquizoanálise e complexidade.

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

“Vale ressaltar, aqui, que se o processo comunicacional pode ser entendido como eu denominei de 'comunicação-trama', o sujeito contemporâneo também pode receber essa atribuição, porque ele não é 'um' ser, mas uma singularidade existencial, cuja composição é sempre múltipla, plural, decorrente de múltiplas instâncias, matérias e substâncias, principalmente no plano de significações.” (Baptista, 2014).

O sujeito-trama da comunicação é também o sujeito-trama do turismo, que também pode estar inserido, integrar ou ser compreendido a partir outras tramas. “O desafio é compreendê-lo na sua singularidade, na sua condição de sujeito-trama, no seu emaranhado do 'si mesmo'.” (Baptista, 2014).

### Considerações Finais

As considerações finais deste trabalho também são as considerações iniciais de um estudo maior, que busca conceituar as interfaces. Como resultado preliminar, nota-se que a perspectiva da comunicação-trama propõe o desafio de compreender o sujeito do turismo a partir de sua singularidade, apontando para uma realidade onde o sujeito-trama do turismo é um sujeito que também precisa ser compreendido a partir da complexidade de processo de construção.

O estudo realizado até o momento suscita questionamentos acerca das ideias aqui propostas, bem como a necessidade de aprofundar a pesquisa para se obter novas conexões. Espera-se, também, contribuir com a constituição da trama de saberes do campo turístico.

### Referências

- BAPTISTA, M. L. C. (1996). *Comunicação: trama de desejos e espelhos. Os metalúrgicos, a televisão e a comunicação*. Canoas, RS: Editora ULBRA.
- BAPTISTA, M. L. C. (1999, setembro). *Psicomunicação: a trama de subjetividades*. XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- BAPTISTA, M. L. C. (2004, setembro) *Comunicação, Amorosidade e Autopoiese*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre, RS, Brasil.
- BAPTISTA, M. L. C. (2014, setembro). *Quem é o Sujeito da Comunicação? A proposição de sujeito-trama, como campo caosmótico, e suas imbricações complexas, em tempos de internacionalização*. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR, Brasil.
- BOYER, M. (2003). *História do Turismo de Massa*. Bauru, São Paulo: Edusc.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

LICKORISH, L.J., & JENKINS, C.L. (2000). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Campus.

MARTINO, L. C., FRANÇA, V. V., & HOHLFELDT, A. (2002). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. (2a ed.) Petrópolis, RJ: Vozes.

MATTELART, A., & MATTELART, M. (1999). *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola.

MOESCH, M. M. (2002). *A Produção do Saber Turístico*. (2a ed.) São Paulo: Contexto.

SANTOS, Boaventura de Sousa. (2012). *Introdução a uma ciência pós-moderna*. (6a ed.) Rio de Janeiro: Graal.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Produção científica sobre Educação Ambiental: um estudo sobre o tema em periódicos eletrônicos do Turismo**

Sara Massotti Bonin<sup>38</sup>  
Suzana Maria De Conto<sup>39</sup>

Universidade de Caxias do Sul – UCS

**Palavras-chave:** Educação Ambiental; Turismo; Periódicos Eletrônicos; Pós-Graduação em Turismo.

A Educação Ambiental (EA) é tema de estudo nos periódicos da Pós-Graduação em Turismo? Quais instituições de ensino superior e regiões do país que contemplam a EA na produção do conhecimento? Perguntas dessa natureza são importantes para identificar como a EA é objeto de estudo na área do Turismo. Os periódicos científicos caracterizam-se por serem meios de divulgação da produção científica de determinada área, sendo importantes canais para a socialização do conhecimento.

A Política Nacional de Educação Ambiental, instituída através da Lei 9.795 de 27 de abril de 1999 entende a Educação Ambiental como:

Os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade. (Brasil, 1999).

A referida Lei também determina que todos tem direito à Educação Ambiental e que a mesma “é um componente essencial e permanente da educação nacional,

---

<sup>38</sup>Turismóloga pela Universidade Federal de Pelotas e Mestranda em Turismo e Hospitalidade no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS. Bolsista CAPES. Integrante do Grupo de Pesquisa “Gestão Ambiental no Turismo”. E-mail: saramassotti@hotmail.com

<sup>39</sup> Engenheira Química pela UCS e Doutora em Educação pela UFSCar. Docente no Centro de Ciências Exatas e Tecnologia, no Mestrado em Turismo e Hospitalidade e no Mestrado Profissional em Engenharia e Ciências Ambientais da UCS. Líder do Grupo de Pesquisa “Gestão Ambiental no Turismo”. E-mail: smcmande@ucs.br



Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação devendo estar presente, de forma articulada, em todos os níveis e modalidades do processo educativo, em caráter formal e não-formal.” (Brasil, 1999).

Na pesquisa desenvolvida por Denicol (2013), que analisou a educação ambiental como objeto de estudos nos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo no Brasil, foi verificado, no período de 1997 a 2011, que apenas cinco dissertações apresentaram a Educação Ambiental como objeto de estudo. As dissertações analisadas estavam vinculadas a dois Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo: do Rio Grande do Sul (UCS) e de Santa Catarina (Univali).

Referente à produção do conhecimento em eventos, Denicol, De Conto e Kunz (2012) analisaram as seis edições do Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul – SeminTur (período de 2003 a 2010). No total, foram identificados 748 artigos publicados. Para a identificação dos trabalhos que possuíam como objeto de estudo a Educação Ambiental, os autores buscaram e localizaram a expressão “Educação Ambiental” no texto como um todo. Os resultados dessa pesquisa apontaram que 21 artigos (2,8% do total dos artigos do evento) contemplavam a Educação Ambiental.

Nessa perspectiva, o objetivo do presente trabalho é verificar como a Educação Ambiental (EA) é contemplada em periódicos vinculados a Pós-Graduação em Turismo.

**Metodologia:** O estudo caracteriza-se como uma pesquisa do tipo exploratória. Para Köche (2013, p. 126) “o objetivo fundamental de uma pesquisa exploratória é o de descrever ou caracterizar a natureza das variáveis que se quer conhecer”.

Os periódicos analisados estão disponíveis em meio eletrônico e o critério de seleção foi estabelecido pelo vínculo com os Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo com produção de dissertações acerca da Educação Ambiental, conforme evidenciado por Denicol (2013). A Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade é vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (UCS) e a Revista Turismo – Visão e Ação é vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Também optou-se pela procura na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur) por ser a publicação oficial editada pela Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR). Evidencia-se que as três revistas aceitam e publicam trabalhos em três idiomas: português, inglês e espanhol.

A Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade é um periódico acadêmico de divulgação eletrônica cujas edições iniciaram no ano de 2009. Os temas abordados discorrem sobre aspectos relacionados ao Turismo, com foco na disponibilização de informações acerca da hospitalidade, gestão, cultura, meio ambiente, educação e epistemologia. (Revista Rosa dos Ventos, 2015).

A Revista Turismo – Visão e Ação lançada em 1998 tem como missão a divulgação de trabalhos técnico-científicos que contribuam para a geração do conhecimento na área de Turismo no Brasil. (Revista Turismo Visão e Ação, 2015).

A Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur) foi criada em 2007 e possui o objetivo de disseminar pesquisas e estudos originais, promovendo análise, discussão e reflexão no tema Turismo relacionado com áreas afins, como antropologia, administração, geografia, hospitalidade, lazer, entre outras. (Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 2015).

Para atingir o objetivo proposto, foi utilizada a expressão exata “Educação Ambiental” nos idiomas português, inglês e espanhol, como critério para a busca de artigos nas referidas revistas, selecionando o campo “Resumo”. Segundo a NBR 6028 (ABNT, 2003, p.1) o resumo é um elemento pré-textual de um trabalho acadêmico definido como “apresentação concisa dos pontos relevantes de um documento”. Ainda de acordo com essa norma técnica, o resumo deve “ressaltar o objetivo, o método, os resultados e as conclusões do documento.” (ABNT, 2003, p. 2).

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

**Resultados:** Realizada a busca nos endereços eletrônicos dos periódicos constata-se que foram publicados sete volumes da Revista Rosa dos Ventos no período de 2009 a 2015, totalizando 19 números e 208 trabalhos – contabilizando artigos, ensaios, cases, resenhas críticas, entre outros. Já a Revista Turismo – Visão e Ação apresenta 16 volumes publicados, 47 números e 415 trabalhos (artigos, resenhas, resumos e casos de ensino). E a RBTur apresenta nove volumes, totalizando 25 números e 195 trabalhos (artigos, resenhas e relatos de eventos).

Referente aos artigos que contemplam a expressão “Educação Ambiental” no campo resumo foi possível constatar que na Revista Rosa dos Ventos não há publicações no período de 2009 a 2015. Já na RBTur há um único artigo, elaborado por Denicol e De Conto (2014). Na Revista Turismo – Visão e Ação, a busca resultou em um total de 12 trabalhos no período de 1998 a 2014. Porém, após a leitura e análise dos 12 resumos, foi possível constatar que efetivamente apenas um trabalho contempla a Educação Ambiental como objeto de estudo: “*Educación Ambiental, itinerários turísticos e sostenibilidad*” de Fernández e Ramos (2004). O estudo apresenta uma análise dos possíveis impactos do Turismo e a necessidade de se desenvolver a atividade de uma maneira sustentável. Nesse sentido, os autores afirmam que por meio da Educação Ambiental é possível alcançar esse desenvolvimento, como uma forma de sensibilizar os turistas sobre a importância de preservar o meio ambiente (Fernandes & Ramos, 2004). Constata-se ainda que apenas duas instituições de ensino socializam o conhecimento sobre educação ambiental nos periódicos analisados: Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul (Denicol & De Conto, 2014) e *Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires*, Argentina (Fernandes & Ramos, 2004).

**Considerações Finais:** Diante desse contexto, observa-se a escassez de publicações referente ao tema Educação Ambiental nos três periódicos eletrônicos analisados. Considerando a emergente situação ambiental, bem como as relações intrínsecas entre Turismo e meio ambiente, é relevante e necessário sensibilizar

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação  
pesquisadores e demais integrantes do meio acadêmico a produção e socialização  
do conhecimento acerca dessa temática.

### Referências:

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (2003). *NBR 6028: Informação e documentação – resumo – apresentação*. ABNT: Rio de Janeiro.

Brasil. *Lei nº 9.795*, de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9795.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9795.htm)>. Acessado em 01 mai. 2015.

Denicol, M. S. G. M. (2013). *A educação ambiental como objeto de estudos nos programas stricto sensu em turismo no Brasil (período 1997-2011)*. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, Caxias do Sul – RS.

Denicol, M. S. G. M., De Conto, S. M. & Kunz, J. G. (2012). *A Educação ambiental como objeto de estudo no seminário de pesquisa em turismo do Mercosul – SeminTur. Anais do 7º Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, Caxias do Sul: UCS, 2012. Disponível em: <[http://www.ucs.br/ucs/tplV/SeminTur%20eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/gt09/arquivos/09/01\\_27\\_04\\_Denicol\\_De\\_Conto\\_Kunz](http://www.ucs.br/ucs/tplV/SeminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt09/arquivos/09/01_27_04_Denicol_De_Conto_Kunz)>. Acessado em 02 mai. 2015.

Denicol, M. S. G. M & De Conto, S. M. (2014). *A educação ambiental como objeto de estudos nos programas stricto sensu em turismo no Brasil (período 1997- 2011)*. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(3), 494-513. Disponível em: <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/799/657>>. Acessado em 4 mai. 2015.

Fernández, G. & Ramos, A. G. (2004). *Educación ambiental, itinerarios turísticos y sostenibilidad*. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 6(2), 171-185. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1070/879>>. Acessado em 4 mai. 2015.

Köche, J. C. (2013) *Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa*. 32. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

*Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* (2015). *Histórico do Periódico*. Disponível em: <<http://www.rbtur.org.br/rbtur/about/history>>. Acessado em 01 mai. 2015.

*Revista Rosa dos Ventos* (2015). *Foco e Escopo*. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/about/editorialPolicies#focusAndScope>>. Acessado em 01 mai. 2015.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Revista Turismo Visão e Ação (2015). *Foco e Escopo*. Disponível em:  
<<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/about/editorialPolicies#focusAndScope>>.  
Acessado em 1 mai. 2015

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **Sujeito e Turismo: sinalizações possíveis para compreender o Sujeito do Turismo Cemiterial.**

Charlene Brum Del Puerto<sup>40</sup>  
Maria Luiza Cardinale Bapstista<sup>41</sup>  
Renan de Lima da Silva<sup>42</sup>  
Universidade de Caxias do Sul

**Palavras-chave:** Sujeito; subjetividade; turismo; turismo cemiterial

Este resumo traz algumas reflexões sobre o sujeito em si, o sujeito turístico e, especificamente, o sujeito do turismo cemiterial. A proposta é tentar entender o sujeito que visita as necrópoles, ou seja, o sujeito do turismo cemiterial. Poucos são os estudos sobre o sujeito turístico, se comparados aos estudos sobre o turismo, em sentido amplo. As considerações aqui apresentadas fazem parte de uma pesquisa realizada na Universidade de Caxias do Sul, sobre a temática turismo cemiterial, vinculada a uma pesquisa maior sobre desterritorializações desejantes em Turismo e Comunicação. Trata-se de uma produção Amorcomtur!, em que se trabalha, com um dos aspectos, a dimensão de subjetivação desejante para o turismo.

Decorre dessa perspectiva a tentativa de entender o sujeito turístico, que é motivado e que deseja desterritorializar-se, produzir movimento turístico. Considera-se o desejo como o principal acionamento para que aconteça o deslocamento turístico. No entanto, para pensar no desejo, no que ativa a mobilização, se faz necessário buscar entender sobre o sujeito. Quem é esse sujeito que se desloca,

---

<sup>40</sup>Bacharela em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas. Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Integrante do AMORCOMTUR! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) email: charlenedelpuerto@bol.com.br

<sup>41</sup>Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da UFAM. email: malu@pazza.com.br.

<sup>42</sup>Gestor de Turismo pela Universidade Federal do Pampa. Mestrando em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Integrante do AMORCOMTUR! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) email: renan.turismo@gmail.com

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

que viaja? Quem é esse sujeito que busca um lugar considerado exótico, excêntrico, como é o caso do cemitério?

#### **O sujeito em si:**

Em um primeiro momento, quando se pensa no sujeito, pensa-se no sujeito que tem corpo, nome, rosto, ou seja, uma estrutura física. Neste texto, no entanto, entende-se que sua constituição como tal está relacionada a um emaranhado de sensações, de significados, de estruturas que o fazem ser como ele é. Pelo fato de o sujeito ser múltiplo, são muitas as possibilidades para interpretar e compreender sua constituição. A ideia de subjetividade em produção, pelo viés esquizoanalítico, é uma dessas formas possíveis. Pode-se dizer que é uma multiplicidade de fatores complexos, intrincados e de difícil compreensão. Conforme Baptista (2014)

[...] compreender o sujeito passa por enveredar-se por uma trama de atravessamentos, uma espécie de nó conflitual – campo de forças, sem que exista um único fio que possa representar o início da teia da vida desse ser. TODOS os fios o constituem na sua existência trama. O desafio é compreendê-lo na sua singularidade, na sua condição de sujeito-trama, no seu emaranhado do ‘si mesmo’. (BAPTISTA, 2014, p.11)

O sujeito existe na relação e reconhecimento com o outro de forma intensa, “um ver-se a si e não de introjeção dos limites, das regras do campo do Outro, como embrião do projeto social” (BAPTISTA, 2014, p. 12). Assim, entende-se que, a troca, o convívio, a coexistência, são inerentes ao sujeito, fatores que irão interferir em suas escolhas. O sujeito nunca é fixo, mas sim, plural, em uma construção que nunca cessa. Ele se reconstrói, se constitui e se inscreve, ele não se desenvolve por que está sempre em construção<sup>43</sup>.

A formação do sujeito, no entanto, não ocorre apenas na troca com o outro, mas também no que Baptista (2014) denomina de ‘sistema maquínico’, a partir dos pressupostos esquizoanalíticos. “O agenciamento das máquinas abstratas passa, por sua vez, pelo engendramento de um complexo sistema maquínico, constituído por múltiplos componentes” (BAPTISTA, 2014, p. 7). Isso significa que o sujeito está

---

<sup>43</sup>Conforme documentação temática da disciplina de “Turismo, Trabalho e Análise do discurso”, ministrada pela prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Luciene Jung de Campos no primeiro semestre de 2014, no Programa de Pós Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

envolto do outro, dos grupos, dos sistemas sociais, dos multimeios, em suma, de tudo aquilo que compõe uma sociedade, de tudo que compõe o universo no seu sentido concreto e abstrato.

Se há complexidade nesse ‘todo’ que constrói o sujeito, podemos afirmar que o sujeito, por mais linear que possa parecer, é sim, um ser complexo, que percebe, comunica, intenciona, julga, cogita, escolhe e se ocupa. Nessa complexidade do ser, busca-se aqui tentar demonstrar quem é o sujeito do turismo e especificamente do turismo cemiterial.

#### **O sujeito do turismo e do turismo cemiterial:**

O que constitui esse sujeito que se desloca, que escolhe, que planeja e que anseia pelo turismo? Para Cisne e Gastal (2010):

Esse sujeito é autônomo, ou seja, não se submete a determinismos, mas também é dependente da cultura que o forma e do ambiente natural que o alimenta. Complexidade seria entendê-lo nessa relação autonomia-dependência. Outro ponto para entender esse sujeito, seria compreendê-lo na relação unidade-diversidade. A unidade, por exemplo, seria a capacidade humana de falar; a diversidade estaria nas muitas línguas faladas e, dentro das línguas, os muitos dialetos e sotaques. (CISNE, GASTAL, 2020, p.3)

Entende-se que esses sujeitos turísticos procuram ultrapassar as vivências rotineiras, buscando, para isso, outros sujeitos e outros lugares, que tragam uma ideia distinta daquela vivida no cotidiano. Mas nesse entendimento, de que modo podemos compreender o sujeito do turismo cemiterial? O que faz com que alguém se desloque a um local considerado mórbido.

Pensar na relação entre cemitério e turismo costuma provocar surpresa, pois enquanto um representa comumente a tristeza, o outro representa a vivência, o acionamento de potência de vida. No entanto, não é apenas a morte que está contida no cemitério, mas também a representação da ‘vida que foi’, tentando manter presente alguém que está ausente.

O turismo cemiterial possui várias denominações que talvez não sejam as mais adequadas, pois a maioria está carregada de sentido funesto. Hahne (2010, p.37) cita como atividade turística realizada no cemitério como: “[...] turismo mórbido,



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

também conhecido como turismo negro, turismo sombrio, turismo necrófilo, turismo inusitado, turismo macabro, turismo de *fait divers*, entre outras denominações”. Com tais denominações, refletimos sobre o que faz com que o sujeito se mobilize até um local que inicialmente lembra dor e sofrimento.

As escolhas dos viajantes dizem respeito à realização interior das expectativas pessoais, as quais são particulares e principalmente subjetivas. Mas quem é esse sujeito que pratica o turismo cemiterial? A primeira sinalização que fizemos é que esse sujeito é excêntrico, no sentido de ‘fora do centro’ fora daquilo que é costumeiro e usual. O sujeito do turismo cemiterial pode ser aquele que busca um novo olhar, um novo atrativo, que fuja daqueles já massificados e que geralmente estão no núcleo da atividade turística. Pode ser alguém que busque saciar sua curiosidade pelo oculto, já que o cemitério é considerado, pelo senso comum, um local cercado de misticismo, e atípico para se visitar (excetuando velório, manutenção de sepulturas e visita de parentes do falecido).

Visitando os cemitérios na atividade turística, podemos entender que a mobilização desejante não é apenas o interesse pela arte, a fé e a história, não é apenas isso que mobiliza os sujeitos ao cemitério, pois tais atrativos poderiam ser visitados em outros locais. Entendemos assim que é algo intrinsecamente ligado ao sujeito, algo que talvez esteja oculto nele e que o mobilize para as necrópoles, na busca do caráter peculiar que o cemitério possui. Algo que acione sua emoção e o faça produzir movimento, em relação a esses espaços cemiteriais. Nas discussões e percepções realizadas até o momento, na pesquisa, alguns sinalizadores são: a busca pelo entendimento pessoal sobre a morte, uma tentativa de entender o oculto, o misticismo propagado pelo senso comum, ou então a reflexão sobre a própria vida e finitude. Estes são fatores que talvez ajudem a compreender quem é o sujeito do turismo cemiterial. A pesquisa está em andamento e resulta de estudos anteriores, em nível de graduação. Nestes, a dimensão patrimonial dos cemitérios também ficou sinalizada, assim como uma trama complexa de representações envolvendo os ‘lugares dos mortos’ e a circulação de pessoas nos cemitérios. São aspectos

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação econômicos e políticos, que se combinam como fatores estéticos da arte tumular. Há também muitos enigmas nesse campo subjetivo que se mostra potente para o turismo. Não poderia ser diferente. Trata-se de um campo onde predomina a ambivalência morte-vida. Até o momento, essas são interpretações possíveis sinalizadoras dos perfis dos sujeitos que praticam o turismo cemiterial.

São muitas as possibilidades de compreender quem é o sujeito do turismo cemiterial, porém, não há uma resposta concreta, mas um campo de possibilidades interpretativas para pensar sobre esse sujeito como alguém que foge do óbvio (por isso a expressão “excêntrico”, no sentido de ‘fora do centro’), alguém que busca saciar sua curiosidade, e quiçá, encontrar uma nova forma de entender uma das poucas certezas humanas, que é a morte. Em nosso estudo, a grande sinalização parece ser a ressignificação dessa condição, a partir de uma releitura do cemitério e de processos de autopoiese, a partir da vivência do turismo cemiterial.

#### REFERÊNCIAS:

Baptista, M. L. C. (2014) Quem é o Sujeito da Comunicação? A proposição de sujeito-trama, como campo caosmótico, e suas imbricações complexas, em tempos de internacionalização. In: **VI COLÓQUIO BRASIL-ESTADOS UNIDOS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, Foz do Iguaçu. Anais Intercom 2014 - Foz do Iguaçu, 2014. p. 1-13. Resgatado em 6 de março de 2014 de <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2233-2.pdf>

Cisne, R. N. C.; Gastal, S. (2010) O Sujeito turístico: Discutindo a categoria Turismo a partir da pós-modernidade. In: **VII SEMINÁRIO ANPTUR, SÃO PAULO. VII SEMINÁRIO ANPTUR 2010**. São Paulo: Aleph, 2010. v. 1. p. 1-16

Hahne, L. C. (2010). **Estudo sobre a aplicabilidade do turismo cemiterial em Curitiba**. 2010. 163 f. Monografia (Curso de Turismo) – PR, Universidade Positivo.

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

## **A hospitalidade como agente da comunicação organizacional: Um estudo de caso em um restaurante na cidade de Porto Alegre- RS.**

Carlos Leoni.<sup>44</sup>

Maria Luisa Cardinale Baptista<sup>2</sup>

Universidade Caxias do Sul – UCS. PPGTH.

**Palavras-chave:** Hospitalidade/Amorosidade; Comunicação; Restaurante; Comensalidade.

### **RESUMO**

O presente trabalho possui como intuito principal estabelecer relações entre a hospitalidade e a comunicação organizacional. Nessa perspectiva, a pesquisa aplicada ocorreu em um restaurante na cidade de Porto Alegre. As relações analisadas transitam entre a comunicação interpessoal, passando igualmente pelos relacionamentos entre colaboradores, postura, cordialidade e aperfeiçoamento profissional. O estudo específico dessa organização procura revelar se o empreendimento gastronômico em questão faz (ou não) uso desses recursos, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional e organizacional. A metodologia utilizada neste trabalho foi o Estudo de Caso, através de aplicação de instrumento de coleta de dados ao gestor do estabelecimento, e a Observação Participante, a partir da realização de sucessivas visitas do autor da pesquisa ao referido local. Os resultados obtidos sinalizam que a hospitalidade constitui-se em um meio importante para o aprimoramento das comunicações no ambiente gastronômico,

---

<sup>44</sup>Carlos Leoni – Bacharel e comunicação social – FMU – FIAM (1983). Especialista em comunicação estratégica – IPA – (2013). Membro do grupo de pesquisas Amorcomtur – UCS. e-mail para contato: leoni.leoni@gmail.com

<sup>2</sup>Maria Luiza Cardinale Baptista - Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pesquisadora visitante sênior da UFAM. email: malu@pazza.com.br.

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

tanto no trato para com seus funcionários, como quanto seus fornecedores e clientes.

## 1. INTRODUÇÃO

A hospitalidade e amorosidade e suas relações com o conceito de comunicação trama no sentido que Baptista (2014) apresenta, no restaurante consiste no tema proposto para este estudo, que utilizará como foco da análise um empreendimento localizado na cidade de Porto Alegre. Para servir de escopo à elaboração desse trabalho, foi realizada entrevista com o gestor do estabelecimento e observação da rotina do restaurante, tanto no que diz respeito ao atendimento ao cliente, quanto às atividades internas desenvolvidas, no que se refere às formas de comunicação e todos os sujeitos envolvidos na trama, presentes no espaço.

Conforme Dias (2002), a hospitalidade pode ser considerada um *dom*, que algumas pessoas possuem de forma mais acentuada e outras, nem tanto. A abordagem do conceito da Amorosidade, bem como da Comunicação Trama, estão sendo desenvolvidos no mestrado da UCS. A comunicação trama analisa todos os envolvidos no processo comunicacional. Considerada uma característica humana, através da qual alguns têm facilidade em expressar-se, de forma clara e eficiente; enquanto outros só conseguem se comunicar de forma confusa e ineficiente. Esse é um aspecto observado no recorte na trama comunicacional. Dessa forma, a hospitalidade e amorosidade, vem se revelando uma maneira satisfatória para se obter resultados positivos, tanto externamente, no atendimento ao cliente, quanto internamente, no trato com a equipe envolvida nos processos. A trama da comunicação, envolve e incentiva um melhor relacionamento cliente/empresa e, também, no relacionamento colaborador/empresa. Em um estabelecimento onde a comunicação hospitaleira e amorosa existe de maneira efetiva, o resultado do trabalho e da prestação de serviços poderá ser atingido de uma forma mais suave, subjetivamente, num clima amistoso, de companheirismo, ensinamento e aprendizagem fluentes, na medida em que o cliente percebe esse clima como

### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

autêntico, espontâneo; e sente sinceridade no serviço, que tem por obrigação ser hospitaleiro.

Assim sendo, partindo do pressuposto de que a hospitalidade e amorosidade constitui-se como uma ferramenta eficaz no processo de efetividade no desenvolvimento de formas de comunicação, em que todos os participantes estão envolvidos na forma de uma trama, interligados por variáveis de interesses, subjetividades, expectativas e sujeitos, pergunta-se: o restaurante, alvo da análise, estaria fazendo uso dessas ferramenta, a fim de desenvolver uma comunicação eficaz e integrada de maneira a melhorar as atividades internas, no nível pessoal, social e organizacional, bem como no atendimento ao cliente? Essas ferramentas estariam sendo efetivamente utilizada, de maneira que a prestação do serviço, a satisfação do cliente e a produtividade sejam finalizadas com significativas mudanças, com valores positivos nos respectivos grupos, indivíduos e organização, de um modo geral?

Desse modo, o objetivo geral deste trabalho consiste em contribuir para a discussão sobre a importância da hospitalidade e amorosidade no processo de desenvolvimento do restaurante, buscando evidenciar a ideia de que a utilização dos conceitos dessa temática possibilita melhoria nas relações de trabalho e também no atendimento ao cliente; podendo ser, inclusive, um grande diferencial para o estabelecimento gastronômico. Já os objetivos específicos, por sua vez, são os de identificar as relações entre os colaboradores do estabelecimentos gastronômico na cidade de Porto Alegre – RS; estabelecer relações entre a hospitalidade e amorosidade, e comunicação trama, no ambiente de trabalho; analisar e caracterizar a comunicação interpessoal e, principalmente, a trama comunicacional com o seu público, sob o foco da hospitalidade e amorosidade; evidenciar a utilização desses conceitos na comunicação e a sua aplicação no atendimento.

## **2. RESTAURANTE: HISTÓRICO**

Conforme Cândido e Viera (2003), datado do início do século XIX, o restaurante é considerado como uma inovação recente. Pode-se citar ainda a

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

Revolução Francesa, como evento que influenciou, de forma considerável, o surgimento dos restaurantes, pois a mesma provocou a transferência das cozinhas dos palácios para as ruas. Retrocedendo na História, pode-se localizar a origem dos restaurantes, a partir da necessidade de alimentação de viajantes e peregrinos da antiguidade, os quais se hospedavam em estabelecimentos pouco estruturados, ao longo de seus percursos. Esses estabelecimentos não tinham nome e tampouco apresentavam características semelhantes às dos restaurantes da atualidade, no entanto, podem ser relacionados, ainda que de forma precária, com esses últimos, devido ao fato de se tratarem de pontos de alimentação, inicialmente instituídos para prestar atendimento a esses públicos específicos.

### **3. HOSPITALIDADE E AMOROSIDADE EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO**

Dando sequência às apresentações conceituais do termo hospitalidade/Amorosidade, segundo Paula (2002), o mesmo pode ser compreendido como uma extensão do ego (eu consciente) em que a recepção (acolhida, aceitação) se dá através de trocas e compartilhamento de bagagens intelectuais, de entendimento e percepções sobre determinados fatos e atos e da convivência entre eles. Tais experiências podem ser positivas ou não. Como exemplo, pode-se citar a prática da alimentação fora de casa: elementos variáveis, tangíveis (o alimento e a bebida) e elementos intangíveis (serviço, clima, ambiente, etc), podem interferir na avaliação que o cliente possa vir a fazer sobre o restaurante, pois qualquer sentimento que o indivíduo vivencia quando ele chega ou sai do restaurante, deve ser considerado, porque ele (sentimento) faz parte do ato de comer.

De acordo com Franco (2001 p.73). “O prazer da mesa é a sensação que advém de várias circunstâncias, fatos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição. É prazer peculiar à espécie humana”

Em se tratando das questões entre refeições e comunicação, para Maffesoli (2002), a refeição é considerada um espetáculo, que se passa em um palco e só vale pela qualidade de seus atores. Sem atingir essa forma pura, a refeição –

#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

expressão da provocação – deve ser compreendida igualmente como um fato social. Para o referido autor acredita ainda que o ato de realizar uma refeição é tão significativo que, para ele, o comportamento à mesa, os ritos e as regras culinárias remetem à ideia de magia, à religião e ao cosmo. O autor considera, igualmente, que é nesse sentido que o ato de comer foi frequentemente designado como um investimento privilegiado do sexo. Como exemplo disso, o autor cita as orgias e os bacanais, enfatizando que a carga erótica do comer e do beber faz deles a mediação ritual, por excelência, para que se enfrente coletivamente a angústia do tempo que passa.

#### **4. COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL**

Em se tratando da Comunicação Oral, para Robbins (2005) a mesma é considerada o principal meio para transmissão de mensagens. Como exemplos de comunicação oral, citam-se as palestras, os debates formais, entre duas pessoas ou em grupo, e a rede informal de rumores. Dentre as principais vantagens da comunicação oral, estão a rapidez e o *feedback*. Dessa forma, uma mensagem verbal pode ser emitida e receber uma resposta em um prazo muito curto de tempo. Se o receptor tiver dúvidas sobre a mensagem, o *feedback* será dado rapidamente, permitindo que o emissor “corrija seus termos”. Robbins (2005, p.236) fala na existência da Comunicação não-verbal, pois “Todas as vezes em que são transmitidos uma mensagem verbalmente, também enviamos junto uma mensagem não verbal.”

#### **5. COMUNICAÇÃO HUMANA**

De acordo com Baptista (2000). “Em determinado momento, na construção da minha tese sobre os processos de escrita dos jovens adultos, propus a seguinte definição: Comunicação é interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis, corporais e incorporais, significantes e a-significantes, podendo ser ou não mediada por dispositivos tecnológicos, na constituição de algo como um campo de força de encontro de energias, decorrente dos universos de

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação  
referência de cada sujeito envolvido. Quer dizer, encontro de universos de sujeito, universos subjetivos”.

Para Penteado (2012), apoiado nas considerações de Thompson, a comunicação humana possui, como elemento atrelado à sua efetividade, o conhecimento de como as pessoas pensam. Dessa forma, parece evidenciar-se a compreensão de que observar os defeitos de comunicação dos outros é mais fácil do que observar nossos próprios defeitos.

Na esteira desse entendimento, Penteado (2012) aborda ainda a temática referente às boas maneiras, enfatizando que possuir boas maneiras ou agir de acordo com a etiqueta não significa falta de naturalidade ou mesmo esnobismo. Esse comportamento significa, antes de tudo, uma postura de respeito para com os outros. Dessa forma, o autor enfatiza que cada ocasião demanda a resposta pertinente, nas atitudes, gestos, vestuário, linguagem, conversas, assuntos, comidas e bebidas. Formando uma trama de atitudes e maneira de comunicar-se.

Sob a luz dos diversos autores mencionados, observa-se a importância da amorosidade e hospitalidade na comunicação interpessoal, tornando as relações mais claras, objetivas, focadas e cordiais. A autenticidade dessa forma de comunicação também evidencia-se na maneira como o interlocutor se porta, as suas atitudes, gestos, enfim, a sua comunicação corporal, não-verbal, valida a sua hospitalidade genuína. No universo da prestação de bens e serviços, torna-se essencial a estabilidade nos relacionamentos, tanto no âmbito interno quanto, principalmente, no externo, no que diz respeito ao atendimento ao cliente.

## **6 METODOLOGIA**

Para esse trabalho de abordagem qualitativa, foi utilizado o método de estudo de caso, com o uso da técnica de entrevista padronizada, aplicada junto ao gestor responsável pelo estabelecimento comercial. A escolha de aplicação desse método nasceu da necessidade de estabelecer relações entre a comunicação interpessoal e a hospitalidade, no universo gastronômico, na cidade de Porto Alegre, relação essa entendida como de grande relevância e carente de analogias, merecedora de



#### Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

estudos mais aprofundados . De acordo com Robert Yin, o estudo de caso possibilita uma análise dos dados para perguntas do tipo o como ou porque, no entanto, estas respostas podem fugir da situação inicial e tendo como resposta algo diferente do objetivo inicial da pesquisa, por isso diz-se que esse é o melhor método para a análise de dados em seu sentido real. Segundo Yin (2001, p.19) "O Estudo de Caso é apenas uma das muitas maneiras de se fazer pesquisa em ciências sociais". Yin também afirma (2001, p.30) "bons estudos de caso são muito difíceis de serem realizados".

Conforme anteriormente mencionado, a presente pesquisa teve como alvo da análise um determinado estabelecimento gastronômico, escolhido de forma aleatória, buscando, a partir do estudo realizado, identificar a importância que nele é dispensada na formação profissional, qualificação, relações pessoais e nas formas de comunicação utilizadas internamente, externamente e com o cliente, procurando observar quais os conceitos de hospitalidade aplicada são absorvidos e desenvolvidos, consciente e inconscientemente. A observação do estabelecimento ocorreu em três etapas e com o consentimento do gestor do local, para que se pudesse adquirir os padrões de análise e atribuir significado aos fenômenos observados. Foram assim realizadas visitas ao referido local na condição de cliente, entre os meses de Setembro e Outubro de 2013. Durante essa observação, buscou-se analisar aspectos como: postura, cordialidade, gentileza, atenção e presteza na realização do serviço/atendimento . A aplicação do instrumento de coleta de dados com o gestor ocorreu posteriormente à observação, no mês de Novembro de 2013.

#### Referências:

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. (2014, setembro). Quem é o Sujeito da Comunicação? A proposição de Sujeito Trama, como campo caosmótico, e suas imbricações complexas, em tempos de internacionalização. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR, Brasil, 37

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale.(2000). Emoção e Desejo em Processos de Escrita Rumo a uma Educação Autopoiética. Novos Olhares (USP), São Paulo, v. 1, n. 6, p. 18-25.

CANDIDO, Indio, VIERA, Elenara.(2003). Gestão de Hotéis: técnicas, operações e

Roda Conversações sobre Epistemologia e Educação

serviços. Caxias do Sul: EDUCS.

DIAS, Célia M.M. (org).(2002) Hospitalidade Reflexões e Perspectivas. São Paulo: Manole.

FRANCO, Ariovaldo.(2001). De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Senac.

MAFFESOLI, Michel. (2002). Mesa espaço de comunicação. In: DIAS, Cecilia Maria de

Moraes (Org.). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Editora Manole.

PENTEADO, José R.W.(2012). A técnica da comunicação Humana. revisão técnica Marlene Paula Marconsdes e Ferreira de Toledo, 14. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning.

ROBBINS, Stephen P.(2005). Comportamento organizacional. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

SPANG. R. L.(2003). A Invenção do Restaurante. Paris e a moderna cultura Gastronômica. Rio de Janeiro: Record.

YIN, Robert K.(2001). Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman.