

O Turismo como Prática Cultural Organizativa, Sociomaterial e Estética¹

Marcelo de Souza Bispo

Resumo

O “turismo como prática cultural organizativa” é uma proposta de um novo olhar para os estudos turísticos, o qual refuta a ontologia hegemônica na compreensão de que o turismo é um fenômeno centrado nos indivíduos, no qual o deslocamento das pessoas é protagonista no entendimento do que vem a ser turismo. Assume-se uma ontologia societal, na qual a construção social é resultado da inter(ação) de humanos e não humanos, no caso do turismo, os humanos sendo os turistas e visitantes, moradores locais e profissionais da área, enquanto os não humanos são todos os elementos que também constituem a atividade turística como os hotéis, aeroportos, praias, montanhas, músicas, traços e ritos culturais, gastronomia, entre outros. Assim, nesta posição filosófica em que não há protagonismo nem de humanos ou mesmo dos não humanos, assume-se uma postura pós-estruturalista e pós-humanista, na qual o fenômeno turístico é compreendido como uma prática social geradora de cultura e identidade, fruto de um processo organizativo (*organizing*), sociomaterial e estético. Destacam-se como possibilidades metodológicas as várias abordagens etnográficas, a etnometodologia e a teoria fundamentada (*grounded theory*).

Palavras-chave

Turismo como Prática. Práticas. Sociomaterialidade. Etnometodologia. Estética.

Abstract

“Tourism as organizational cultural practice” is a proposal for a new look at tourism studies, which refutes the hegemonic ontological understanding that tourism is an individual-centered phenomenon, in which the movement of people is the key factor in order to understand what tourism is all about. It is assumed a societal ontology, in which the social construction is the result of the inter(action) of human and non-human, in the case of tourism, human being tourists and visitors, local residents and professionals, whereas

non-humans are all the other elements, such as hotels, airports, beaches, mountains, music, rituals and cultural traits, gastronomy, among others. Thus, in this philosophical position, in which human and non-human display no leading role, we assume a post-structural and post-humanist perspective, in which the touristic phenomenon is understood as a social practice that generates culture and identity, fruit an organizational process (organizing), sociomaterial and aesthetic. Various ethnographic approaches, ethnomethodology and grounded theory (Grounded Theory) stand out as methodological possibilities.

Keywords Tourism as Practice. Practices. Sociomateriality. Ethnomethodology. Aesthetic.

INTRODUÇÃO

A capacidade de abstração é relevante para todo aquele que buscar teorizar acerca de um determinado fenômeno (WEICK, 1995). Neste artigo, o processo de abstração parte de uma inquietação teórica deste autor sobre o conceito de turismo que vem sendo utilizado hegemonicamente na literatura, focado essencialmente no deslocamento de pessoas para fins diversos, para, em seguida, refletir em uma alternativa. Assim, assume-se como possibilidade pensar o turismo enquanto prática cultural organizativa construída a partir de elementos etnometodológicos, sociomateriais e estéticos. Portanto, as reflexões e o debate aqui apresentados tratam de uma proposição meta-teórica para a compreensão do turismo para além de uma atividade essencialmente enraizada no deslocamento de pessoas para fins diversos (OMT, 2001) e caminham no sentido de propor que o turismo pode ser melhor compreendido e pesquisado a partir da concepção de práticas culturais organizativas.

Tal posição ontoepistemológica afasta o foco da atividade turística enquanto motivação essencialmente individual para outro mais complexo e dinâmico voltado para conjuntos de atividades coletivas resultantes de nexos de “fazer” e “dizer” (SCHATZKI, 2001), nas quais não apenas os “turistas” têm protagonismo, mas o dividem com os moradores locais, os profissionais da área turística e todos os não humanos que, em interação com os humanos, constituem o turismo enquanto uma prática cultural organizativa. Em outras palavras, a tese aqui presente é de que o turismo pode ser melhor compreendido enquanto processo organizativo de um conjunto de práticas sociais do que simplesmente a partir do deslocamento de “turistas”.

Assim, ao assumir como base teórica os Estudos Baseados em Prática – EBP (GHERARDI, 2006; 2012; NICOLINI, 2013; BISPO, 2013, 2015), de maneira diversa e ampla, este artigo tem como objetivo teorizar o turismo enquanto prática cultural organizativa de modo a apresentar novas possibilidades de estudos teóricos e empíricos para a área. Ao mesmo tempo, de maneira secundária, busca-se apresentar o turismo como um tema do campo denominado “Estudos Organizacionais”, o qual sua natureza transdisciplinar facilita

o diálogo com outros temas e saberes que já fazem parte da agenda de estudos da área. Cabe ressaltar que, apesar de ser uma reflexão meta-teórica, ela também sofre influências de alguns estudos empíricos que são parte do projeto “O Turismo como Prática na Cidade de João Pessoa/PB: Mapeando o Processo de Aprendizagem Cotidiana dos Atores Sociais” referente ao Edital Universal nº14/2012 do CNPq, coordenado por este autor.

Do ponto de vista estrutural, após esta introdução, o artigo apresenta um breve preâmbulo das teorias da prática que suportam a proposta aqui defendida para, em seguida, abrir as reflexões de como o turismo pode ser compreendido enquanto prática cultural organizativa a partir dos estudos baseados em prática. Na sequência, a terceira seção traz um debate de possibilidades metodológicas para a investigação do turismo como prática. Na última parte, são apresentadas as considerações finais.

TEORIAS DA PRÁTICA: ETNOMETODOLOGIA, SOCIOMATERIALIDADE E ESTÉTICA

O que, neste artigo, é chamado de “Teorias da Prática” ou também “Estudos Baseados em Prática (EBP)” é um conjunto de abordagens teóricas sobre práticas sociais que começa a ganhar corpo enquanto identidade teórica a partir da “virada das práticas” em meados do século XXI (SCHATZKI, 2001; MIETTINEN; SAMRA-FREDERICKS; YANOW, 2009; NICOLINI, 2013).

As principais influências para os autores contemporâneos que fazem parte dos EBP estão em trabalhos e reflexões de outros filósofos e cientistas sociais como, por exemplo, Aristóteles, com a ideia de *phronesis* e conhecimento prático, Marx, com suas concepções de evento e fato social, Bourdieu, com a sua proposta de *habitus*, Giddens, com sua proposta teórica de estruturação, Foucault, com as práticas discursivas, Latour, com a ideia de organização social considerando certa simetria entre humanos e não humanos, Garfinkel com a etnometodologia e a busca de compreensão do cotidiano a partir da lógica dos membros de uma determinada realidade, Pickering a partir da sociomaterialidade, dentre outros.

A despeito da diversidade de filiações epistemológicas, um ponto convergente entre os teóricos da prática é a ideia de que os fenômenos sociais são manifestações do campo da prática, portanto, só podem ser compreendidos e analisados a partir dele (SCHATZKI, 2001; 2005; NICOLINI, 2013).

Cada uma a sua maneira, as teorias da prática têm em comum a tentativa de superar dicotomias como, por exemplo, sujeito/objeto, mente/corpo e agência/estrutura, deslocando a ênfase do agente ou da estrutura para as práticas. Além disso, destacam-se com alguns de seus pressupostos (NICOLINI, 2013):

- a) a prática como unidade de análise para entender os fenômenos organizacionais, porque é por meio delas que se torna possível acessar e compreender a ação, a agência e os agentes. Em outras palavras, as teorias da prática oferecem uma possibilidade para reinterpretar os fenômenos organizacionais;

b) as teorias da prática buscam ir além de descrever o que as pessoas fazem. As práticas são, de fato, criação de sentido, formação de identidade e ordenamento das atividades produzidas. Posto de outra maneira, as teorias da prática fazem mão de uma perspectiva performática com o objetivo de oferecer um olhar sobre o mundo social que vai além de dizer o que as pessoas fazem, algo comum nas visões positivista e racionalista das ciências sociais;

c) considera a cognição e a criação de sentido (*sense-making*) como emergentes das práticas de uma organização. Assim, uma visão baseada em prática é uma alternativa para as perspectivas cognitivistas, as quais buscam explicar o comportamento organizacional a partir da mente dos indivíduos;

d) a ideia de criação de sentido é algo relevante sob o ponto de vista das práticas, contudo, rechaça que esta criação seja um processo mental intangível, uma forma de troca simbólica ou um processo abstrato coordenado com base em algum tipo de processo meramente comunicativo.

No que diz respeito às influências teóricas que orientam e suportam a ideia do turismo como prática cultural organizativa, destacam-se a etnometodologia, a sociomaterialidade e a estética.

Quadro 1 – Os cinco conceitos-chave da etnometodologia

CONCEITO	CONTEÚDO
Prática / Realização	Indica a experiência e a realização da prática dos membros de um grupo em seu contexto cotidiano, ou seja, é preciso compartilhar desse cotidiano e do contexto para que seja possível a compreensão das práticas do grupo.
Indicialidade	Refere-se a todas as circunstâncias que uma palavra carrega em uma situação. Tal termo é adotado da linguística e denota que ao mesmo tempo em que uma palavra tem um significado, de algum modo "genérico", esta mesma palavra possui significação distinta em situações particulares, assim, a sua compreensão, em alguns casos, necessita que as pessoas busquem informações adicionais que vão além do simples entendimento genérico da palavra. Trata-se da linguagem em uso.
Reflexividade	Está relacionada aos "efeitos" das práticas de um grupo, trata-se de um processo em que ocorre uma ação e, ao mesmo tempo, produz uma reação sobre os seus criadores.
Relatibilidade	É como o grupo estudado descreve as atividades práticas a partir das referências de sentido e significado que o próprio grupo possui, pode ser considerada como uma "justificativa" do grupo para determinada atividade e conduta.
Noção de membro	O membro é aquele que compartilha da linguagem de um grupo, induz a uma condição de "ser" do e no grupo e não apenas de "estar".

Fonte: Bispo e Godoy (2012; 2014).

A Etnometodologia (GARFINKEL, 2006; RAWLS, 2008; BISPO; GODOY, 2012; 2014) é uma das teorias da prática que tem como objetivo compreender a construção do cotidiano a partir das ações/realizações coletivas de um grupo social. Destacam-se como pontos relevantes a busca do pesquisador entender, sob a lógica dos membros do grupo, como se dá a sua organização social e criação de identidade a partir de elementos de linguagem (indicialidade), reflexividade e relatabilidade, apresentados resumidamente no Quadro 1 (pág. 128).

Já a sociomaterialidade, é uma teoria da prática que busca compreender a realidade a partir da união dos conceitos de “social” e “materialidade”. Em linhas gerais, a sociomaterialidade objetiva estudar como a interação de humanos (social) e não humanos (material) facilita no entendimento da produção do cotidiano (LEONARDI, 2012; SVABO, 2009). A partir da sociomaterialidade, é possível aprofundar os conhecimentos de como objetos e artefatos materiais e imateriais, entre eles a tecnologia, o tempo e o espaço, contribuem na formação da cultura e da organização social.

Por fim, a estética é outra teoria da prática que tem foco nos sentidos, percepções sensoriais e a criação de conhecimento sensível e juízo estético (STRATI, 1992; 2007; SOARES; BISPO, 2014). Na perspectiva dos estudos organizacionais, a estética contribui no aprofundamento de como os sentidos influenciam nos processos de aprendizagem, geração e transmissão de conhecimento tácito, criação de identidade coletiva e sentido. Assim, olfato, paladar, tato, audição e visão assumem grande importância na promoção das interações entre os atores sociais humanos e não humanos e se constituem como um meio de criação de identidade e sentido, fundamentais na construção cultural.

Este *mise en place* teórico, certamente não tem como objetivo esgotar todas as teorias da prática e aprofundar todos os conceitos e pressupostos inerentes. Todavia, o aqui exposto serve como demarcação da orientação teórico-filosófica para a construção proposta e discutida na seção seguinte deste artigo. Dito de outra forma, buscou-se aqui apresentar ao leitor as inspirações que levaram à proposição do conceito de “Turismo como Prática Cultural Organizativa”, o qual será discutido a seguir.

O TURISMO COMO PRÁTICA CULTURAL ORGANIZATIVA

O “Turismo como Prática Cultural Organizativa” é uma proposta de um novo olhar para os estudos turísticos, refutando a ontologia hegemônica da compreensão de que o turismo é um fenômeno centrado nos indivíduos, em especial os turistas, no qual o deslocamento das pessoas é protagonista no entendimento do que vem a ser turismo.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), a qual apresenta uma das definições mais utilizadas por acadêmicos, definição esta que melhor representa a crítica aqui apresentada, o turismo “compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (2001, p. 38).

Tal definição evidencia uma ontologia individualista do turismo em que o fenômeno é trabalhado na perspectiva de “*home and away*” (COHEN; COHEN, 2012) e sugere uma posição epistemológica na qual o turismo é essencialmente um fenômeno apoiado na ação de deslocamento dos turistas. Sob o ponto de vista deste autor, isto implica em desconsiderar uma gama de outros elementos que também são constituintes da atividade turística, incluindo ações pré-viagem, durante a viagem e pós-viagem, ou seja, antes e depois do deslocamento que se configura apenas como um condicionante da atividade turística e não ela em si.

De todo modo, apesar de reconhecer o deslocamento como elemento relevante na produção do fenômeno turístico, reforça-se que se ater a ele como protagonista implica em diminuir a importância de outros elementos como, por exemplo, os não humanos (praias, músicas, montanhas, comidas etc.), assim como a própria formação cultural enquanto eventual motivador do próprio deslocamento. Em outras palavras, assumir o deslocamento como ator principal da atividade turística sugere desconsiderar, do ponto de vista filosófico, toda a complexidade que envolve a organização do turismo em si, do qual o deslocamento é apenas uma parte.

Portanto, defender que o turismo é um processo cultural organizativo (*organizing*), resultante de um conjunto de práticas, as quais, por sua vez, são constituídas por um arranjo de atividades oriundas das interações de humanos e não humanos (GHERARDI, 2006; 2009; 2012; LATOUR, 2005; ORLIKOWSKI, 2007), é trabalhar ontoepistemologicamente na direção de que o turismo é um fenômeno organizativo resultado de um contexto cultural oriundo de várias singularidades que se encontram e se misturam (interagem) na prática turística em si, portanto, passível de interesse e estudo no campo dos estudos organizacionais e, ao mesmo tempo, compreendê-lo como um fenômeno dinâmico e complexo a partir de suas práticas culturais.

Neste momento, cabe posicionar que o conceito de organização aqui presente (SCHATZKI, 2005; CZARNIAWSKA, 2013) também não se remete à ideia de empresa ou instituição. Neste artigo, foge-se do senso comum em que a palavra “organização” é entendida como substantivo (*organization*) – amplamente utilizada desta forma sob influência das áreas de Administração e Economia – para apropriá-la enquanto um verbo (*organizing*), no qual todo processo organizativo resulta em uma forma de organização cultural denominada “Turismo” (CZARNIAWSKA, 2008; 2013; GHERARDI, 2012; BISPO; SANTOS, 2014).

Ao trazer para reflexão e debate estes pressupostos filosóficos, constrói-se o processo de abstração, deste autor, do turismo enquanto uma prática cultural organizativa. Assim, torna-se foco de interesse investigativo: a) as interações entre os seus elementos constitutivos (humanos e não humanos); b) as possíveis formas organizativas que estas interações podem gerar, levando a uma compreensão mais dinâmica e complexa do fenômeno turístico; c) as manifestações culturais resultantes das interações dos atores sociais humanos (turistas, locais e profissionais do *trade*) com os não humanos. Cabe ressaltar que o turismo como prática cultural organizativa em nada tem a ver com a teoria dos sistemas e a ideia do Sistor (BENI, 2004), pelo simples fato de que os pressupostos epistemológicos da teoria

dos sistemas (BERTALANFFY, 1975) não são alinhados aos defendidos pelos teóricos da prática em razão de uma postura funcionalista e pré-determinada que a teoria dos sistemas assume.

A partir da exposição inicial das ideias gerais que orientam o pensamento do turismo como prática cultural organizativa, caminha-se na busca de um aprofundamento do conceito ao lançar mão da etnometodologia, da sociomaterialidade e da estética para sustentar a tese defendida. As reflexões a seguir, porém, não buscam pontuar de maneira cartesiana como cada uma delas forma o conceito de turismo como prática cultural organizativa, mas, ao discuti-lo, vão sendo trazidos os elementos e noções necessários para atingir o objetivo aqui proposto.

Inicialmente, é importante evidenciar que pensar o turismo sob os pressupostos aqui apresentados e defendidos, implica em considerar um conjunto de atividades resultante das interações entre humanos e não humanos que formam o turismo como prática. Os não humanos, como a praia, a montanha, a comida, a música, a dança e o próprio arranjo cultural, identificados em determinados espaços, são fonte de motivação para que as pessoas busquem deslocamentos com fins turísticos.

Portanto, cabe lembrar que o deslocamento das pessoas, em geral, apesar de não ser uma regra, tem motivação a partir de elementos não humanos. Isto, sob o ponto de vista etnometodológico, sugere que o turismo enquanto realização sempre carrega consigo aspectos de reflexividade dos efeitos e influências que os humanos e os não humanos causam uns nos outros (LATOURET, 2005). Além disso, estes mesmos efeitos e influências é que servirão de justificativa para que as pessoas atribuam juízos estéticos (STRATI, 2007; SOARES; BISPO, 2014) do que é bom ou ruim na experiência turística, tanto do ponto de vista dos turistas e visitantes quanto dos moradores locais e profissionais da área.

Como exemplo, podemos pensar em um casal que viaja de um local A para um destino B. Antes de iniciar o deslocamento em si, as pessoas são provocadas a viajar por algo que as motivou, normalmente a vontade de conhecer ou vivenciar algo. Assim, algum elemento não humano está presente na motivação inicial do deslocamento. Além disso, ao utilizar algum tipo de tecnologia para pesquisa e compra da viagem, o próprio dinheiro, as formas como se dará o deslocamento e as condições de hospedagem, passeios e alimentação no destino sempre terão a presença e a ação de um não humano, o qual se torna fundamental para a existência do turismo, assim como as pessoas (humanos) em si. A partir do exposto, é possível refletir sobre as seguintes perguntas: 1) Poderia haver turismo sem motivação? 2) Há motivação sem algo que a materialize? Avançando na reflexão, a experiência da viagem é o que vai possibilitar às pessoas criarem um juízo sobre o que foi bom ou ruim, belo ou feio, certo ou errado. Desta maneira, outras perguntas também ajudam a compreender como a estética se associa à etnometodologia e à sociomaterialidade na compreensão do turismo como prática cultural organizativa, entre elas: 3) Há como experimentar o mundo, o destino e a relação com os não humanos sem a utilização dos sentidos? 4) O que vai determinar o julgamento do que foi bom ou ruim, belo ou feio, certo ou errado?

Somado a isso, é importante lembrar que nem sempre grupos distintos, como, por exemplo,

turistas e moradores locais, compartilham do mesmo juízo estético. Como forma de evidenciar tal situação, é possível, mais uma vez, realizar outro conjunto de perguntas: 5) Será que os moradores que habitam ao longo do circuito Barra-Ondina em Salvador (BA), durante o carnaval, possuem o mesmo juízo estético dos foliões? 6) Haveria turismo no carnaval de Salvador sem trios elétricos e o tipo de música que eles tocam? 7) Ou ainda, haveria música sem os instrumentos, os trios elétricos e a interação destes com os músicos? 8) Por fim, o carnaval de Salvador não retrata uma forma organizativa própria resultante de uma série de práticas culturais que as constituem como, por exemplo, o dançar, o “ficar” (namoro temporário), o vestir (abadá), entre outras?

As oito perguntas realizadas parecem indicar respostas óbvias, entretanto, todas elas vêm sendo desconsideradas por boa parte dos acadêmicos do turismo quando se limitam a focar apenas no deslocamento de pessoas e na figura do turista para estudar e compreender o turismo enquanto fenômeno.

Certamente, outras perguntas poderiam ser feitas e outros exemplos dados, contudo, o objetivo, neste momento, foi apenas utilizá-las como forma de evidenciar a tese defendida por meio da provocação ao leitor ao tentar responder as perguntas, tendo em mente as considerações que foram feitas inicialmente no artigo. Tal estratégia tem inspiração em Garfinkel (2006) quando ele buscava criar situações junto aos seus alunos para explicar as bases do pensamento etnometodológico tentando trazer o que é parte do cotidiano e não tem constantemente um caráter autorreflexivo.

Para fechar esta parte do texto, é necessário trazer uma última reflexão sobre quando “começa” e “termina” o turismo. Alguns mais conhecedores das teorias da prática podem pensar que não faz sentido determinar o início nem o fim de uma prática, algo correto, porém, tal terminologia busca apenas estabelecer uma relação explicativa contrária à ideia de que turismo é essencialmente o deslocamento e que este, sim, possui início e fim. Posto de outra forma, o início do turismo como prática está na motivação para viajar e o seu “fim” é impreciso, uma vez que, sob o ponto de vista tanto da estética quanto da sociomaterialidade, por meio das lembranças e sensações causadas por memórias, fotos, filmagens ou mesmo relatos, todos contribuem para a perpetuidade do turismo e inviabilizam, em algum grau, a determinação de um fim.

REFLEXÕES METODOLÓGICAS PARA A INVESTIGAÇÃO DO TURISMO COMO PRÁTICA CULTURAL ORGANIZATIVA

Esta parte do texto busca trazer algumas reflexões de como levar a cabo, do ponto de vista metodológico e empírico, a proposta de turismo como prática cultural organizativa. Considera-se importante apresentar algumas ideias sobre este assunto por duas razões: 1) uma teoria da prática não pode alimentar este dualismo (teoria e prática) e precisa contribuir na ação conjunta destes elementos (ZUNDEL; KOKKALIS, 2010); 2) sob o ponto de vista deste autor, não faz sentido pensar uma proposição teórica da prática de cunho científico, sem pensar e propor algo que possa tornar isto viável cientificamente.

Diante do exposto, pretende-se apresentar algumas considerações metodológicas que se apresentam relevantes, porém, sem querer definir rigidamente “o método” para a investigação empírica do turismo como prática cultural organizativa.

Inicialmente, cabe reforçar que a metodologia de um trabalho científico é orientada pelos pressupostos epistemológicos que dão base à construção do conhecimento que se quer investigar, portanto, a primeira consideração que se apresenta é de que os estudos baseados em prática não buscam generalizações ou modelos, além disso, não se limitam a compreender uma determinada realidade exclusivamente por percepções individuais, ou mesmo pela soma delas por meio de um conjunto de entrevistas.

Isto posto, do ponto de vista da coleta de dados, entrevistas com objetivo de obter discursos e percepções individuais isoladas pouco contribuem no entendimento de como uma prática se constrói, perpetua e se modifica ao longo do tempo. Tal posição não quer dizer que nunca é possível fazer entrevistas individuais e que não possa ser considerada como uma estratégia de coleta de dados válida e interessante, o cuidado deve estar em como o pesquisador vai analisar os dados da entrevista para não dizer que o todo é a soma das partes de maneira natural e sem crítica.

De modo mais direto, analisar discursos individuais ou estabelecer categorias em que o conteúdo da unidade de análise não seja uma ou mais práticas, apresenta uma incoerência epistemológica. É importante lembrar que estudar práticas é uma busca da compreensão de construções coletivas que organizam o cotidiano, assim, o individual, o grupal e o organizacional estão todos contemplados na prática. Portanto, estratégias de observação direta e participante assim como entrevistas coletivas contribuem significativamente para acesso às práticas (GHERARDI, 2012; BISPO; GODOY, 2012; 2014; NICOLINI, 2013; BISPO, 2015).

Nesse sentido, pesquisas de cunho etnográfico (nas suas diversas variações), teoria fundamentada (*grounded theory*) e etnometodológica que busquem compreender as formas como as práticas se constituem, perpetuam e se modificam, e que avançam no entendimento da relação entre humanos e não humanos, contribuindo para o conhecimento sobre juízos estéticos e conhecimento sensível, são bem-vindas.

Outro ponto relevante na pesquisa sobre práticas é o processo de buscar observá-las como um *insider* e também como um *outsider* (GHERARDI, 2012; NICOLINI, 2009; BISPO, 2015). A combinação das duas ações possibilita ao pesquisador compreender os detalhes e a lógica dos membros de uma prática (*insider*) e, ao mesmo tempo, avançar na compreensão de realizações/atividades que fazem parte do cotidiano estudado, mas que não são diretamente percebidas pelo grupo investigado de forma consciente e um olhar externo consegue capturar. De acordo com Nicolini (2009), é o processo de *zooming in and out*.

Por fim, o turismo como prática cultural organizativa, do ponto de vista metodológico, é a busca da compreensão de como o turismo se revela enquanto fenômeno dinâmico, complexo e organizativo a partir de suas práticas cotidianas, as quais envolvem, para além do deslocamento dos turistas, os moradores locais, os não humanos e a sua relação com

outras práticas que, *a priori*, não são consideradas “turísticas”, mas não deixam de ter relação com o turismo, como, por exemplo, a prática da segurança pública, a prática do consumo de drogas, a prática do voluntariado, entre outras. Assim, o turismo como prática cultural organizativa é um recorte da realidade sem se desvincular dela de modo a influenciar e ser influenciada justamente por respeitar as suas características culturais derivadas do processo organizativo do turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo teorizar o turismo enquanto prática cultural organizativa de modo a apresentar novas possibilidades de estudos teóricos e empíricos para a área. Ao mesmo tempo, de maneira secundária, buscou-se apresentar o turismo como um tema do campo denominado “Estudos Organizacionais”.

A motivação inicial foi em razão da inquietude deste autor frente ao conceito hegemônico na literatura de turismo trazido pela Organização Mundial do Turismo de que se trata de um fenômeno essencialmente de deslocamento de pessoas para diversos fins. Incomodado com esta visão, por entender que o turismo se trata de um fenômeno mais complexo e dinâmico, recorreu-se aos estudos baseados em prática como forma de contribuir para a superação de tal visão teórica.

Esta inquietude também já faz parte de alguns acadêmicos da área de turismo, como Van der Duim (2007), Cohen e Cohen (2012), Van der Duim, Ren e Jóhannesson (2012), apontando a necessidade de pensar para além da “caixa” e, no caso deles, sugerindo uma abordagem voltada à teoria ator-rede (LATOUR, 2005; LAW, 1994) como forma de melhor compreender a dinâmica da atividade turística.

Nesse contexto, a proposta de turismo como prática cultural organizativa se apresenta como uma contribuição para os estudos turísticos enquanto proposta teórica, assim como metodológica, ao buscar reconciliar a teoria e a prática na pesquisa de turismo, buscando avançar no conhecimento científico da área. Somado a isto, o artigo também buscou contribuir para a incorporação do turismo como tema de interesse dos estudos organizacionais quando entendido como processo organizativo e que, assim como outros temas, faz parte do cotidiano organizacional.

É importante dizer que este artigo é um processo de abstração meta-teórico, assumindo as limitações cognitivas deste autor, as quais certamente estão presentes ao longo do texto e que poderão suscitar eventuais críticas. Entende-se também, como uma limitação, a dificuldade de apresentar o conceito aqui proposto sem trazer de maneira aprofundada os demais conceitos que subsidiam a proposta, considerando que muitos dos leitores não são familiarizados com eles, contudo, tal situação pode ser minorada ao fazer as leituras da literatura disponível já apontada ao longo do artigo assim como outras aqui não citadas.

Para terminar, mais do que apresentar um conceito pronto, este artigo teve como pano de fundo provocar o leitor a refletir sobre outras possibilidades de pensar turismo e também

introduzir os estudos baseados em prática como uma contribuição teórica relevante para o avanço dos estudos turísticos do mesmo modo como ela vem contribuindo para a administração, os estudos organizacionais, a educação, a enfermagem, entre outros temas.

NOTA

1 Submetido à RIGS em: nov. 2014. Aceito para publicação em: mar. 2015.

REFERÊNCIAS

BERTALANFFY, L. **Teoria Geral dos Sistemas**. São Paulo: Vozes, 1975.

BISPO, M. de S. Methodological Reflections on Practice-Based Research in Organization Studies. **BAR**, v. 12, n. 3, p. 309-323, 2015.

BISPO, M. de S. Estudos Baseados em Prática: Conceitos, História e Perspectivas. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 2, p. 13-34, 2013.

_____; GODOY, A. S. A Etnometodologia enquanto caminho teórico-metodológico para investigação da aprendizagem nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, p. 684-704, 2012.

_____; GODOY, A. S. Etnometodologia: uma proposta para pesquisa em estudos organizacionais. **Revista de Administração da UNIMEP**. v. 12, n.2, Maio/Agosto – 2014.

_____; SANTOS, I. S. A. A organização do cotidiano na orla de João Pessoa: um olhar etnometodológico da prática do voluntariado. **Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, Belo Horizonte, n. 2, p. 379-416, dez. 2014.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 10. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

COHEN, E; COHEN, S. A. Current sociological theories and issues in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 4, p. 2177-2202, 2012.

CZARNIAWSKA, B. Organizations as obstacles to organizing. In: ROBICHAUD, Daniel; COOREN, François (Ed.). **Organizations and organizing**. Materiality, agency, and discourse. New York: Routledge, 3–22, 2013.

_____. Organizing: how to study it and how to write about it. **Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal**, v. 3, n. 1, p. 4-20, 2008.

GARFINKEL, H. **Studios en Etnometodologia**. Barcelona: Anthropos, 2006.

GHERARDI, S. **How to conduct a practice-based study**: problems and methods. Cheltenham: Edward Elgar, 2012.

_____. **Organizational knowledge**: the texture of workplace learning. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

_____. Practice? It's a matter of taste! **Management Learning**, v. 40, n. 5, p. 535-550, 2009.

LATOURET, B. **Reassembling the social**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LAW, J. **Organizing Modernity**. Oxford: Blackwell, 1994.

LEONARDI, P. M. Materiality, Sociomateriality, and Socio-Technical Systems: What Do These Terms Mean? How Are They Related? Do We Need Them? In: LEONARDI, P. M.; NARDI, B. A.; KALLINIKOS, J. (Ed.). **Materiality and Organizing**: Social Interaction in a Technological World. Oxford: Oxford University Press, 2012. p. 25-48.

MIETTINEN, R.; SAMRA-FREDERICKS, D.; YANOW, D. Re-turn to practice: an introductory essay. **Organization Studies**, v. 30, n. 12, p. 1309-27, 2009.

NICOLINI, D. **Practice Theory, Work, and Organization**: An introduction. Oxford: Oxford University Press, 2013.

_____. Zooming In and Out: Practices by Switching Theoretical Lenses and Trailing Connections. **Organizations Studies**, n. 30, v. 12, p. 1391-1418, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ORLIKOWSKI, W. J. Sociomaterial Practices: Exploring Technology at Work. **Organization Studies**, v. 28, n. 9, p. 1435-1448, 2007.

RAWLS, A. W. Harold Garfinkel, ethnomethodology and workplace studies. **Organization Studies**, v. 29, n. 5, p. 701-732, 2008.

SCHATZKI, T. R. Introduction: practice theory. In: SCHATZKI, T. R.; KNORR CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (Ed.). **The Practice Turn in Contemporary Theory**. New York: Routledge, 2001. p. 1-14.

_____. The sites of organizations. **Organization Studies**, v. 26, n. 3, p. 465-484, 2005.

SOARES, L. C.; BISPO, M. de S. Contribuições da Estética Organizacional para a Pesquisa em Organizações Gastronômicas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 3, p. 476-493, 2014.

STRATI, A. Aesthetic understanding of organizational life. **Academy of Management Review**, v. 17, n. 3, p. 568-581, 1992.

STRATI, A. Sensible Knowledge and Practice-based Learning. **Management Learning**, v. 38, n. 1, p. 61-77, 2007.

SVABO, C. Materiality in a practice-based approach. **The Learning Organization**, v. 16, n. 5, p. 360-370, 2009.

VAN DER DUIM, R. Tourism scapes: an actor-network perspective. **Annals of Tourism Research**, v. 34, n. 4, p. 961-976, 2007.

_____; REN, C.; JÓHANNESSEN, G. **Actor-Network Theory and Tourism: ordering, materiality and multiplicity**. Londres: Routledge, 2012.

WEICK, K. E. What theory is not, theorizing is. **Administrative Science Quarterly**, v. 40, n. 3, p. 385-390, 1995.

ZUNDEL, M.; KOKKALIS, P. Theorizing as Engaged Practice. **Organization Studies**, v. 31, n. 9-10, p. 1209-1227, 2010.

**Marcelo de
Souza Bispo**

Doutorado em administração de empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e pós-doutorado em teoria social pela Universidade de Kentucky (EUA). Professor do departamento de administração da Universidade Federal da Paraíba e coordenador do Núcleo de Estudos em Aprendizagem e Conhecimento (NAC-UFPB).