

Trama de ações investigativas participantes para a pesquisa de turismo em *hostel*

Mara Regina THOMAZI¹
Maria Luiza Cardinale BAPTISTA²

Resumo: O presente artigo busca discutir aspectos metodológicos relativos à pesquisa científica em Turismo e Hospitalidade, envolvendo *hostels*, e propor sinalizadores para as ações investigativas, a partir da estratégia metodológica Cartografia dos Saberes, na constituição de uma trama de ações investigativas. O texto traz o relato parcial de pesquisa que vem sendo realizada no Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, na Universidade de Caxias do Sul, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (UCS/BRASIL). Para a abordagem teórica, consideram-se algumas obras de Isabel Baptista, Maria José Giaretta, Fritjof Capra, Marutschka Martini Moesch, Humberto Maturana e Maria Luiza Cardinale Baptista. Na reflexão sobre os modos de investigar o assunto, propõe-se a utilização de uma “trama teórico-conceitual”, partindo de alguns métodos ditos como convencionais, para avançar no sentido de estratégias mais complexas, como é o caso da Cartografia dos Saberes. Nesse contexto, observam-se as ideias propostas por Maria Cecília de Souza Minayo, Maria Luiza Cardinale Baptista, Michel Thiollent, Pedro Demo e Michael Angrosino, relativas à dimensão qualitativa de investigação. Como resultados preliminares, percebemos que as singularidades dos *hostels* são sinalizadoras de proposições que vêm sendo trabalhadas no Amorcomtur!, como amorosidade e autopoiese nos estudos do Turismo, em linha com a mutação da Ciência Contemporânea, considerando seu caráter sistêmico e complexo. Assim, as ações investigativas sinalizadas correspondem a aproximações com o campo e os sujeitos, repensando e considerando os saberes pessoais do pesquisador e a vivência no campo, como também decorrente de sua presença. Diante das características e do caráter complexo do objeto de estudo, em lugar do método, propomos uma trama de ações investigativas.

Palavras-chave: turismo; amorosidade; *hostel*; metodologia; ação investigativa participante.

1. Introdução

Há algum tempo temos estudado o assunto *hostels* e, desde então, também temos observado com outro olhar este ambiente quando viajamos. O tema, que antes era apenas

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Graduada em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda pela UCS. Pesquisadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese <http://lattes.cnpq.br/1894753709003626>. marathomazi@gmail.com

² Dra em Ciências da Comunicação pela ECA/USP; Profª e Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade e dos cursos de Comunicação Social da UCS; Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese; Editora Associada da Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur); Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas; Pós-doutoranda em Sociedade e Cultura da Amazônia; Pesquisadora Ibero-Americana (edital UCS/SANTANDER); Diretora da Pazza Comunicazione. malu@pazza.com.br

um gosto, ou opção de acomodação na hora de viajar, virou rapidamente uma “paixão-pesquisa”³. Portanto, no decorrer do texto, quando apresentarmos a metodologia e as pistas encontradas para a realização da pesquisa, vai ser possível compreender também que não se pretende “terminar” essa pesquisa, e sim, encontrar resultados relevantes, que nos levem a outra busca, e mais outra. Afinal, o processo é prazeroso, tanto quanto o resultado final.

O interesse pelo assunto surgiu quando uma das pesquisadoras começou a pensar suas andanças e a forma com que sua vivência estava ligada ao turismo. Em algumas viagens, houve a oportunidade de se hospedar em *hostels*. Isso a fez perceber como esse local é fascinante. Constituído por vários povos e várias culturas, oferece muitos fatores positivos aos hóspedes. Foi possível compreender, também, que muitas pessoas simplesmente não o conhecem e, por isso, não buscam por esse tipo de acomodação.

O objeto de estudo desta pesquisa que vem sendo empreendida no Amorcomtur! se define como: Trama de ações investigativas participantes para pesquisa de turismo em *hostel*. Podemos dizer que se trata de uma abordagem significativa, visto que não existem muitos trabalhos científicos sobre *hostel*, apesar de se tratar de uma área em expansão, no que diz respeito ao setor de hospedagens turísticas. O estudo vem sendo produzido no Amorcomtur!, grupo vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar aspectos de hospitalidade, amorosidade e educação nas relações sociais nesse ambiente multicultural – o *hostel* – levando em consideração que o turismo social busca compreender as relações humanas. É importante dizer que, neste texto, entendemos o turismo social como uma superação dos aspectos inerentes ao sistema capitalista. Isso se verifica, porque acreditamos que o “sujeito do turismo” vem buscando, hoje, muito mais do que um turismo comercial, restrito a aspectos materiais concretos, mas almeja uma real hospitalidade, expressiva troca de cultura e boa prática da amorosidade, em todas as suas relações com o outro.

Nessa reflexão sobre as possíveis metodologias adequadas para o estudo, vimos a importância de uma flexibilidade para uma análise com sinalizadores, que trabalham de forma conjunta nessa investigação. Primeiramente, através de uma abordagem exploratória, com aspectos teóricos, é possível identificar características do meio de acomodação *hostel*, seu mercado e o público-hóspede. Nesse ponto, observamos a importância do conceito de participação, em uma análise onde o pesquisador faz parte do grupo a ser estudado, permanecendo não somente próximo a ele, mas pertencendo a ele. Em função disso, chamamos de ação investigativa participante.

2. Turismo e Hostel

Primeiramente, é importante destacar que, há indícios que nos levam a crer que está mais fácil viajar e que, de alguns anos pra cá, o turismo se massificou. Passagens aéreas,

³ O termo está sendo utilizado aqui conforme Baptista, que desenvolveu a perspectiva para o ensino da Metodologia da Pesquisa, há mais de 25 anos, para a mobilização afetiva dos estudantes para a pesquisa.

hospedagens e passeios podem ser facilmente comprados pela internet e seu pagamento facilitado fez a atividade turística se disseminar também entre as camadas sociais menos favorecidas da sociedade, que antes não viajavam com tanta frequência ou nem sequer o faziam. De acordo com pesquisas do Ministério do Turismo⁴ a perspectiva de intenção de viagem dos brasileiros é consideravelmente alta, porém, devido a crise econômica do país, sete em cada dez brasileiros estão optando por viajar dentro do Brasil⁵.

As pessoas geralmente trabalham o ano todo, para tirar as tão sonhadas e merecidas férias, e os destinos turísticos, hoje, são os mais variados. “O tempo está se tornando a mercadoria mais preciosa do mundo”. (LOCKWOOD, Andrew; MEDLIK, S., 2003, p.24). É por isso que, o tempo e o espaço que fazem parte da vida desse turista devem ser bem escolhidos e aproveitados, já que vai ser o período que vai o proporcionar estar longe da rotina e do stress cotidiano.

No turismo, é possível verificar como a acomodação é uma parte extremamente importante para o turismo, através da afirmação de Sartor (1977, p.34): “Os meios de hospedagem constituem uma atividade econômica e de serviço, sem a qual não há a mínima garantia de sobrevivência do setor” e também de Dias (2005 p. 152), que pondera: “podemos considerar o alojamento do turista como um dos pontos fundamentais na experiência que realiza ao decidir fazer turismo [...]”.

Observamos que a hospitalidade também tem papel fundamental nessa prática do turismo, não somente pela visão empresarial, tendo em vista o serviço da acomodação que quer agradar e fidelizar o cliente para práticas futuras, como também por enxergar por um contexto mais amplo, como, por exemplo, de um indivíduo que representa o seu país inteiro, quando em contato com outro sujeito de um lugar diferente e que pode levar com ele uma generalização boa ou ruim.

Quanto a isso, Baptista, I. (2002 apud OLIVEIRA, 2011 p. 34) acredita em uma hospitalidade não mais artificial, racional, mas “uma hospitalidade que aproxima as pessoas, [...] mais humana, baseada no acolhimento, na solidariedade, na sensibilidade que só o outro pode dar”. E também “No que diz respeito ao turismo, não há hospitalidade sem o acionamento de planos amorosos, de disposição de estar junto, de respeitar-se mutuamente, os tempos, os silêncios, os ritmos, as diferentes ‘miradas’ para as cenas compartilhadas.” (BAPTISTA, M., 2014 p. 40).

De acordo com Tonaco (2013), de pouco em pouco, o turismo do Brasil evolui. Segundo a autora, muito disso se deve ao empenho dos empresários do setor. Ela acrescenta que o Brasil merece destaque não como destino que atrai visitantes, mas como

⁴ Disponível em:

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outros_estudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf. Acesso em 14 jun. 2016.

⁵ Disponível em:

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20150713.html. Acesso em 15 jun. 2016.

um país que exporta turistas. Dados do Ministério do Turismo⁶, no entanto, revelam que, em 2014, mais de 6,4 milhões de turistas estrangeiros visitaram o Brasil. Esse número representa um grande crescimento em relação ao ano anterior, mas, tem-se consciência de que a Copa do Mundo foi responsável por grande parte desse índice.

Quanto ao termo *hostel*, podemos dizer que existe certa ambiguidade na denominação, já que, no português, é traduzido como albergue, e no Brasil, este ainda tem uma conotação diferenciada, como abrigo (geralmente municipal) para pessoas desabrigadas, que se dirigem a esse local para passar a noite. Em âmbito mundial, acredita-se que, atualmente, o termo *hostel* é “corretamente” compreendido - como a acomodação em que há o compartilhamento dos quartos, banheiros e cozinha, e com preço da diária mais barata – e por isso o utilizamos neste trabalho.

Acreditamos que, nos Estados Unidos, Canadá e alguns países da Europa, a maior disseminação do termo *hostel* e a maior busca por esse tipo de acomodação, se comparado ao Brasil, vem de uma raiz cultural mais profunda. Nesses lugares, os adolescentes geralmente se “despreendem” do laço familiar muito mais cedo que os brasileiros. Essa constatação decorre dos relatos ouvidos por uma das pesquisadoras, nas diversas experiências de hospedagem em *hostels*⁷. De acordo com as histórias de vida registradas, muitos jovens saem da casa dos pais, geralmente para fazer faculdade em outra cidade, ou então, quando entram para universidade querem dividir apartamento com alguém e ficar mais independentes. No Brasil, isso é bem diferente, já que, em algumas regiões, ainda está enraizado o pensamento de que sair da casa dos pais é sinônimo de casamento.

As referências que descrevem a história de como surgiu o *hostel* são escassas, mas é possível encontrar alguns relatos de como foi o surgimento do primeiro *hostel* no mundo. As duas versões encontradas⁸ sobre essa história conciliam como o “idealizador”, o professor Richard Schirmann, na Alemanha, em 1909, como alternativa de acomodar os alunos durante pequenas viagens de estudo. Portanto, o *hostel* não é um tipo de acomodação novo, mas pode-se dizer que seu conceito se expandiu e a demanda por ele aumentou, depois do ano 2000, e é um tipo de hospedagem que vem crescendo ano a ano.

Normalmente, os *hostels* têm características similares. São ambientes descontraídos e propícios à socialização, com pessoas do mundo todo. Para os quartos, há opções de compartilhado, duplo ou individual. Essa primeira opção pode ser - dependendo o *hostel* - com quatro camas, 10/12 ou, até mesmo, mais. Os banheiros também são compartilhados, assim como a cozinha, onde cada um pode preparar a sua comida. Usualmente tem uma ou mais áreas de lazer, onde pode haver sofás, televisão, jogos, entre outros⁹.

⁶ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5227-mais-de-6,4-milh%C3%B5es-de-turistas-estrangeiros-visitaram-o-brasil-em-2014.html>. Acesso em: 27 jan. 2016.

⁷ As experiências de hospedagem mais significativas, nesse sentido, para Mara Regina Thomazi foram em Vancouver (Canadá), Seattle e Washington D.C. (Estados Unidos).

⁸ Referências: <http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/albergue/> e <http://www.hihostelbrasil.com.br/institucional.html>. Acesso em 14 fev. 2016.

⁹ A pesquisadora Mara Regina Thomazi descreve isso com base nos *hostels* nos quais já esteve hospedada.

2.1 O MERCADO

O alberguismo é considerado por Giaretta (2003) uma das modalidades do turismo alternativo, ou seja, não convencional. Segundo a autora, o movimento teve início no Brasil em 1971, mas se expandiu na década de 1980 e se consolidou depois de 1990. Segundo a Revista Veja¹⁰, em 2006, na cidade de São Paulo, havia cinco *hostels*. Em 2013, aumentou para sessenta, e, em 2014, para 100 estabelecimentos. Só a Hostelling International (HI), uma importante e bem conceituada rede mundial de *hostels*, possui mais de 100 mil associados¹¹ no Brasil. Logo, pode-se dizer que movimenta um número significativo de pessoas.

Geralmente os *hostels* ficam bem localizados na cidade e têm uma fachada bem jovial, que também se transforma, conforme o mercado exige. De acordo com Guilherme Perez (dono do We Hostel), em entrevista à Revista Veja¹², “Casarões com cara de república de estudantes tendem a dar lugar a ambientes com arquitetura arrojada, serviço mais atencioso e um cuidado maior na limpeza e na conservação”.

Segundo a Federação Brasileira dos Albergues da Juventude¹³ (FBAJ), o ritmo de crescimento dos albergues chega a 25% ao ano. O Estudo da Demanda Turística Internacional no Brasil, encomendado pelo Ministério do Turismo à Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), mostra que os meios de hospedagem tradicionais – hotéis, pousadas, flats – são os escolhidos por 52,9% dos entrevistados. Os que se hospedam em casa de parentes ou amigos representam 27% e em casa alugada, 9,7%.

Essa mesma pesquisa revela também que os estrangeiros que visitam o país têm interesse por *hostels*, campings e hospedagem de baixo custo no Brasil. Isso fez o índice aumentar de 1,6%, em 2004, para 4,3% (quarto lugar na pesquisa), em 2010. Ainda é um número pequeno, mas acreditamos que aos poucos esse “conceito” de acomodação vai se espalhando mais pelo Brasil. Posteriormente, alguns números mostram que, antes o número de estrangeiros hospedados em *hostels* era maior, mas agora, o número de brasileiros ultrapassa.

2.2 O PÚBLICO

Inicialmente, já é possível dizer que o hóspede de *hostel* é muito peculiar. É mais “mente aberta”, é mais ousado, é diferente. Esse público procura uma oferta de

¹⁰ Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/materia/hostels-crise-sao-paulo-apos-copa/>. Acesso em: 14 jan. 2016.

¹¹ Lê-se associado o indivíduo que tem uma carteirinha de “sócio” da rede e, com ela, garante descontos em qualquer *hostel*, da mesma rede, no mundo todo. A pesquisadora Mara Regina Thomazi descreve isso com base nos *hostels* em que já esteve hospedada.

¹² Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/materia/hostels-crise-sao-paulo-apos-copa/>. Acesso em: 14 jan. 2016.

¹³ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1277-os-dez-melhores-albergues-do-brasil-eleitos-em-2011.html>. Acesso em: 27 jan. 2016.

hospedagem que um meio convencional não contempla e, não equivale ao mesmo público que costuma frequentar hotéis e ter uma rotina com *tours* organizados. Talvez seja por isso que as agências de viagens geralmente não oferecem a opção de hospedagem em *hostel*, quando um cliente vai em busca de um pacote turístico. O público adepto a esse meio alternativo de turismo busca muito mais do que acomodação barata, mas, sim, busca “bagagem” e escolhe o *hostel* por filosofia de vida.

O público-hóspede de *hostel* é um grupo em expansão e, de acordo com o Ministério do Turismo¹⁴, o turismo “*backpacker*” - os conhecidos mochileiros - vem ganhando espaço no Brasil. Talvez o público frequentador do *hostel*, em sua maioria, ainda seja o jovem que viaja sozinho. Além disso, “[...] lós jóvenes buscan vivir una cultura diferente, prefieren el uso de médios de transporte locales, lês atrae la aventura, el alojamiento más económico y no necesariamente visitan lós atractivos turísticos masivos”. (LAZZARI, 2010, p.11)

Acredita-se que, tanto esse público viajante está buscando uma hospitalidade mais humana e diferenciada, que outros meios de acomodação estão surgindo. *Bed and Breakfast* é uma das opções. Geralmente é uma residência familiar, alugada para alguns hóspedes e oferece pernoite e café da manhã. Outro exemplo é o aluguel de um quarto através do aplicativo Airbnb, que promove o aluguel de um quarto ou mesmo acomodações. E ainda, o *couchsurfing*, onde o indivíduo “empresta o seu sofá”, para algum viajante que precisa de lugar para dormir.

Além disso, entendemos que mudou o perfil do consumidor, justamente porque o *hostel*, que antes era mais conhecido no exterior, hoje já se expandiu também no Brasil. De acordo com a Revista Veja¹⁵, “antes era maioria os estrangeiros de mochila nas costas, hoje 60% dos ocupantes dos quartos são brasileiros”. Segundo a FBAJ¹⁶, os hóspedes do *hostel* são jovens entre 21 e 28 anos, interessados em “troca de experiências e valores como liberdade, confraternização, paz e respeito”.

Ross (2002, p.90) analisa o segmento mochileiro relativo ao local de destino e pondera que “esses critérios incluem a preferência por uma acomodação ao orçamento, uma ênfase em conhecer outros viajantes, um plano de viagem organizado de forma independente e flexível [...] atividades de lazer informais e desestruturadas [...]”. Isso vai ao encontro do pensamento de Andrade (2000, p.92), que cita como elemento motivador para optar por um *hostel*, o espírito de aventura - característico de um grupo cada vez mais segmentado.

¹⁴ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1277-os-dez-melhores-albergues-do-brasil-eleit-os-em-2011.html>. Acesso em: 27 jan. 2016.

¹⁵ Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/materia/hostels-cri-se-sao-paulo-apos-copa/>. Acesso em: 14 jan. 2016.

¹⁶ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1277-os-dez-melhores-albergues-do-brasil-eleit-os-em-2011.html>. Acesso em: 14 jan. 2016.

2.3 AMOROSIDADE, EDUCAÇÃO E AS RELAÇÕES

Pode-se dizer que, se o lugar de turismo (a acomodação) for tratado apenas como objeto, ou como um produto, traz apenas a imagem de mercadoria e capital. Entendemos, entretanto, que existe uma tendência de transformação, na contemporaneidade, do industrial para o amoroso, que nos leva a outra construção (ou desconstrução) de significado. Consideramos, aqui, que o turismo não é um fenômeno, nem um simples conjunto de indústrias, mas, sim, uma atividade humana em que estão entrelaçados comportamentos, com a interação de povos e cultura.

Assim, a amorosidade e a hospitalidade, aqui propostas, contrapõem-se à visão racional reducionista do turismo, como objeto, pois entendemos a experiência turística como algo que pode ser vislumbrado e alimentado por outros significantes, através de um olhar distinto e de um outro tipo de vivência. Dentro do *hostel*, observamos uma hospitalidade diferenciada, é outro clima. É possível perceber um outro ambiente que se configura, nas tramas das vivências partilhadas, sob um paradigma mais colaborativo. As pessoas se cumprimentam e logo, na primeira oportunidade, começam a conversar. Quando se dão por conta, há um grupo de pessoas conversando e interagindo, como se já se conhecessem há muito tempo.

Na área do Turismo, os termos amorosidade e hospitalidade se entrelaçam (Baptista, M, 2014). Não pode haver hospitalidade sem o respeito mútuo e, nesse outro texto, de 2014, é mencionada a perspectiva da confiança, como parte dessas ideias. Confiança é, portanto, outro valor que merece ser considerado neste ponto, pois geralmente ela surge entre pessoas conhecidas, depois de certo tempo de convivência. Porém, no caso do *hostel* é necessário confiar no desconhecido, que está dividindo o mesmo ambiente.

Algumas experiências cotidianas em um *hostel* fazem sobrevir um outro tipo de relação. Um exemplo, nesse sentido, é a relação com a comida. A pesquisadora Mara Regina Thomazi, resgata em uma das suas lembranças de hospedagem em *hostel*, quando comprou uma dúzia de ovos e deixou na geladeira compartilhada. Veio à mente o fato de que, realmente, não sabia se essa comida estaria lá, no dia seguinte. Porém, surpreendeu-se quando abriu a caixa de ovos no outro dia e viu que faltava um ovo e, no lugar do ovo, havia uma nota de um dólar (valor que quase pagava a dúzia inteira). E isso fez perceber que realmente havia algo de diferente, na prática desses valores, e entender, que parece que todos estão ali por uma filosofia de vida e ninguém quer tirar proveito de situações em relação ao outro.

Percebemos que o que está em jogo é uma mutação de valores e a emergência de outra concepção de mundo. Capra (2003) também dá sustentação a essa ideia, quando relaciona as teorias da Física contemporânea aos conceitos de realidade, afirmando que a concepção do universo é “como uma rede interligada de relações”. Ele considera da mesma forma os fenômenos biológicos, psicológicos, sociais e ambientais, todos como interdependentes. E essa perspectiva é coerente à concepção de Moesch (2002, p.9), quando diz, que o turismo é uma “combinação complexa de inter-relacionamentos”.

Nesse estudo do mundo de relações, Maturana (1998, p.22), por sua vez, descreve o amor como fator fundamental. “O amor é a emoção que constitui o domínio de ações em que nossas interações recorrentes com o outro fazem do outro um legítimo outro na convivência”. De acordo com Moesch (2002, p.15):

“para permitir novos modos de sensibilidade humana, de relação com o outro que coincidam aos desejos, ao gosto de viver, à vontade de conhecer o mundo, com a instauração de dispositivos capazes de desterritorializar, criando novas relações, sentidos e representações na busca da transversalidade entre os grupos humanos.”.

Desse modo, pode-se considerar a seguinte citação da presidente da Associação Paulista de Albergues da Juventude, Maria José Giaretta: “A cozinha de um albergue é um dos espaços mais multiculturais que eu conheço. Eu como abacate com açúcar, o outro come com limão, o outro com feijão. Quem estiver naquele espaço aprende coisas tão particulares que só um contato desses permite¹⁷”.

O *hostel*, geralmente, oferece um ambiente propício para troca de valores, não só porque são jovens de diferentes nacionalidades, culturas e condições sociais, em um ambiente informal, mas também porque precisam praticar esses valores pessoais para a boa convivência, já que praticamente todos os espaços desse alojamento são compartilhados.

É sob esse olhar que é possível reconhecer que somos indivíduos vistos como partes de um único conjunto, pertencentes a um mesmo tipo de mundo e compreendendo que “[...] o todo é mais do que a simples soma das partes [...] diversas abordagens teórico-metodológicas que buscam explicar de forma mais completa possível o mundo nas suas relações.” (ANJOS *et. al.*, 2013, p. 394).

3. Sinalizadores metodológicos

Existem alguns trabalhos científicos já desenvolvidos sobre *hostels* por estudantes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como MEDEIROS, Eduarda Aguiar, 2013; FREITAS, Simone, 2012; ROCHA, Camila Silva Tarnac da, 2008. No entanto, entre os encontrados e pesquisados, percebe-se que a maioria utiliza o método quantitativo de pesquisa, para, basicamente, demonstrar números. Para este trabalho, utilizaremos o método qualitativo, que vai ao encontro do desejo da pesquisa e também a sintonia das pesquisadoras com o método.

A pesquisa qualitativa é capaz de mostrar uma realidade diferente, já que o que buscamos nessa pesquisa sobre *hostel* é muito mais do que algarismos. Também não se busca uma certeza e a precisão de dados estatísticos, mas, sim, ter uma análise relevante de um tipo de acomodação e de público - o frequentador de *hostel*. Para tanto, pretende-se conviver com ele, visando descobrir mais informações sobre o mesmo e construir uma análise realmente significativa. “A pesquisa qualitativa quer fazer jus à complexidade da

¹⁷ Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2012/12/a-onda-dos-hostels-na-industria-da-hospitalidade-do-pais/#sthash.ljby9s5P.dpuf>. Acesso em 15 jan. 2016.

realidade, curvando-se diante dela, não o contrário, como ocorre com a ditadura do método ou a demissão teórica que imagina dados evidentes”. (DEMO, 2000, p.152)

A pesquisa científica pode ser considerada uma forma de explorar um assunto e também uma maneira de descobrir novas realidades, no espaço em que o ser humano está inserido. Porém, “O conhecimento científico, que foi inventado para dizer-nos o que é objetivamente certo, anda muito incerto diante das discussões ditas pós-modernas.” (DEMO, 2000 p.10). E como diz Santos (2008, p.28) “O mundo é complicado e a mente humana não o pode compreender completamente”.

Pelas peculiaridades do objeto de estudo e do lócus de pesquisa, é um grande desafio pensar na metodologia para esse trabalho. Apesar disso, conforme se vai estudando, analisando, conversando com outras pessoas, podemos entender que, devido ao tema, os fatores e o meio no qual esta pesquisa está inserida, tem-se um fio condutor levando tudo e a uma constatação final: não tinha como ser diferente. O próprio ambiente remete a uma mutação no cenário de hospedagem e, também, nesse sentido, ao modo de pesquisar o turismo, envolvendo o setor. Há, aqui, portanto, a proposta de um “mix” de metodologias e técnicas, todas embasadas em teorias e aplicadas em conjunto para o desenvolvimento da pesquisa. Considera-se a dimensão de trama complexa do fenômeno, conforme estudos que vêm sendo desenvolvidos no Amorcomtur!.

Os métodos de pesquisa ditos como convencionais certamente têm sua relevância. Na contemporaneidade, entretanto, verifica-se, no mundo das investigações científicas (e principalmente das Ciências Humanas e Sociais), a necessidade de reinvenção dos modos de investigar. Conseqüentemente, para este trabalho, reconhecemos a demanda da aplicação não de um método em particular, mas da combinação de alguns, de forma que aumente as possibilidades para uma análise expressiva e, também, valorize os resultados para a proposta apresentada para a pesquisa.

E é por isso que, consideramos, para este trabalho, não metodologias, mas sim sinalizadores, que partem de “matrizes”, e não de metodologias rígidas ou métodos ‘engessados’, rígidos, ainda que consolidados. Para isso, consideramos, inicialmente, a estratégia metodológica Cartografia dos Saberes (Baptista, 2014), que se alinha aos pressupostos de alguns autores, entre eles, Suely Rolnik (1989) e Maria Cecília de Souza Minayo (2001).

Para entender, primeiramente, o conceito de cartografia, apresentamos o pensamento de Suely Rolnik (1989 apud Baptista 2014), o qual descreve que o cartógrafo não tem apenas um método, mas fundamentos que o orientam. Desses fundamentos decorre o que Baptista vem chamando de “trama de trilhas”. “São pistas que cada pesquisador vai compondo, numa espécie de trama metodológica, ao compreender mais profundamente o fenômeno que está estudando”. (Baptista, 2014, p.3)

Dilthey (1956 apud Minayo 2001), quanto aos meios convencionais, afirma que são necessários “[...] por causa de nossa ‘mediocridade’. Para sermos mais generosos, diríamos, como não somos gênios, precisamos de parâmetros para caminhar no conhecimento”. (Minayo, 2001, p.17). Portanto, não vamos negar a utilização de um parâmetro de

denominação de metodologias convencionais, mas esse tema nos mostra que é possível e necessário avançar, também, por um processo de prazer e por uma busca por resultados mais interessantes. A característica do *hostel* convoca à descoberta, porque, ali, naquele universo, tem-se, ao mesmo tempo, a retomada de práticas doméstica de hospedagem e a inovação, em relação ao modelo de mercado predominante.

Para Gil (2007 apud Lefèvre; Lefèvre 2003) podem-se dispor as pesquisas em três grupos: exploratória, descritiva e explicativa. Para esse estudo, utiliza-se a pesquisa exploratória, que acontece, a partir de um levantamento bibliográfico sobre o tema *hostel*. Quanto aos procedimentos dessa pesquisa, os mesmos autores relatam que, de acordo com as características da pesquisa, podem ser escolhidas diferentes modalidades, sendo a pesquisa documental a adotada neste momento, para análise de material, visto que muitos dos dados encontrados provêm de revistas especializadas, tabelas estatísticas e relatórios do Ministério do Turismo. Estes são pontos de partida da ‘viagem investigativa’, implicando na busca inicial de dados, de uma ‘bagagem’ necessária, para orientar, para ajudar a definir as direções do processo investigativo.

Segundo Baptista (2014), essa “trama investigativa” vai se construindo através de saberes pessoais, saberes dos outros (especialmente teóricos, que decorre de levantamento bibliográfico) e a vivência do pesquisador na área da pesquisa a ser realizada, com a definição das ações investigativas. Apresenta-se, portanto, outros dois métodos para a realização desse estudo: a ação investigativa participante e etnográfica.

Então, é feito o levantamento bibliográfico, ao mesmo tempo em que se resgata todo o conhecimento prévio, bem como as vivências relevantes já vividas para serem descritas. Trata-se, aqui, do acionamento da linha cartográfica dos saberes pessoais, que pode se combinar com a terceira linha, a do laboratório de pesquisa, as ações investigativas, que começam sempre com aproximações. Neste caso, podem ser feitas novas visitas a *hostels*, na busca por novas experiências e mais conteúdo para serem relatados no estudo científico, com produção de diário de campo.

Entende-se que através da ação investigativa participante - na qual há o envolvimento do pesquisador com as pessoas investigadas - é possível ter uma real compreensão da forma como a amorosidade, a educação e a hospitalidade podem estar presentes nas relações sociais dentro do *hostel*, de tal forma que este se constitua como um espaço de intercâmbio, não só cultural, mas também de amor pelo próximo por meio da convivência. Essa trama de ações investigativas está sendo construída, acionada, no sentido de possibilitar a análise desses conceitos, nesse ambiente, no dia a dia desse grupo, no cenário do turismo contemporâneo.

Nas práticas da pesquisa, entendemos que é melhor usar as denominações vivências e aproximações do que a expressão “coleta de dados”. Essas aproximações podem ser feita de várias formas. Segundo Demo (2002), andar sempre com um caderno na mão e ir fazendo anotações são ações interessantes. Um gravador escondido seria outra opção, para que nada passe despercebido. Na discussão da pesquisa com *hostel*, no entanto, consideramos

fundamental, na vivência participante, ouvir, falar e discutir muito, e depois, no fim do dia, colocar por tudo no papel.

É o que Baptista (2014) chama de “laboratório de pesquisa”, o qual “compreende a criação de situações para que o pesquisador viva a pesquisa”. (BAPTISTA, 2014, p.10). Nesse sentido, há uma associação com a etnografia, que, segundo Angrosino (2009), é uma forma de estudar e analisar pessoas como um todo, dentro de um grupo. “O modo de vida peculiar que caracteriza um grupo é entendido como a sua cultura. Estudar a cultura envolve um exame dos comportamentos, costumes e crenças aprendidos e compartilhados do grupo”. (ANGROSINO, 2009, p.16)

Para aplicação dessa ação investigativa participante, pretendemos trazer à tona e colocar no papel todas as experiências já vividas por uma das pesquisadoras, em *hostels* da América do Norte e América do Sul. Ao longo do processo de suas hospedagens, há anos atrás, como não tinha ainda a ideia dessa pesquisa, o olhar não era o mesmo. Nas discussões do Amorcomtur!, no entanto, e no PPGTURH, há constantemente o resgate da experiência e o reconhecimento de que sempre houve um olhar observador, fosse pela formação em Comunicação Social, ou pelo simples gosto de analisar comportamentos.

Há diversos ambientes dentro do *hostel* propícios para essa investigação. Primeiro, na recepção, que é o primeiro contato com a hospitalidade que se tem enquanto hóspede, e é também a primeira (e mais importante) impressão sobre o local. O mesmo ocorre nos quartos compartilhados, pois lá se conhece quem são as pessoas que vão estar ao seu lado por um determinado tempo e nas quais se necessita depositar certa confiança. Há ainda a cozinha e, especialmente, as áreas sociais de lazer, que é onde ocorre maior interação entre os hóspedes. São lugares em que é viabilizada a troca de conhecimento, experiências, cultura e, também, em que se verifica a prática da amorosidade.

Existem, também, em alguns *hostels*, a possibilidade de passeios ou *tours* diurnos e noturnos entre o seu próprio público, geralmente anotados em um quadro e realizados com frequência. É comum ir nesses passeios quem está aberto à integração com outras pessoas. Para nossa ação investigativa participante, essas atividades também são importantes, pois o público continua o mesmo, só que, nesse caso, sai daquele cenário. Essa participação “faz-se com muito ‘papo’, muita conversa fiada, muita convivência e vivência, e, sobretudo, com a discussão constante de meios e fins”. (DEMO, 2002, p.43)

Minayo (2001) cita a técnica de observação participante que acontece pelo contato direto do pesquisador com o fato investigado e coloca duas variações para essa técnica. Na primeira, “o pesquisador deixa claro para si e para o grupo sua relação como sendo restrita ao momento da pesquisa de campo”. Na segunda, o observador é participante e “isso corresponde a uma estratégia complementar às entrevistas, sendo que essa observação se dá de forma rápida e superficial”. (MINAYO, 2001, p. 60)

É importante deixar claro que, em uma fase preliminar de aproximações, não se revela ao público que existe um pesquisador naquele meio. A ideia é o mergulho profundo no ambiente, para a participação das conversas e atividades como um hóspede comum. Semelhantemente como era feito antes, nas outras viagens, apenas pela opção de estar

naquele ambiente por preferência em termos de hospedagem, mas agora, com uma observação mais ampla. Posteriormente, após a imersão e registros em diário de campo desses dados preliminares, que só poderão ser usados sem nenhuma identificação nominal, partimos para uma segunda abordagem, convidando alguns participantes do ambiente a serem 'sujeitos da pesquisa'. O termo tem sido usado por Baptista, no Amorcomtur!, para se referir a condição de sujeitos envolvidos nos estudos de Turismo, mas que deixam de ser pensados como 'investigados' e passam a ser espécies de coautores da produção. Seres que falam, que têm voz na pesquisa e não são tomados como 'postos de coleta de dados'.

É fundamental também citar a responsabilidade do pesquisador, nesse caso, observador participante que "A verdadeira etnografia depende da capacidade de um pesquisador de observar e interagir com as pessoas enquanto elas essencialmente executam suas rotinas do dia a dia". (ANGROSINO, 2009, p.43). Nesse caso, acreditamos não ter uma 'receita de bolo' de como fazer essas observações, mas deixar que o ambiente e as pessoas possam ir mostrando a melhor forma de relacionar-se com elas, e assim, deixar que aconteça da maneira mais natural possível.

Há ainda, a possibilidade de se trabalhar em um *hostel*, para poder observar de uma outra forma. Nesse caso, existem alguns estabelecimentos que aceitam esse tipo de troca, oferecendo acomodação de graça, em troca de algumas horas de trabalho semanais. É uma forma de análise que não está descartada. Apesar disso, entendemos que apenas em algumas funções fica evidente o contato direto com os hóspedes, por exemplo, na recepção.

Após ser feita essa ação investigativa participante, em vários ambientes diferentes, compreender-se-á que

"[...] a trama faz com que se valorize a individualidade e a subjetividade, mas ao mesmo tempo faz lembrar que o indivíduo não existe por si e nem para si. Ele é sempre o resultado de outras tramas; da relação com outras subjetividades; da complexa inter-relação entre o passado, o futuro e o presente; da confluência de conhecimentos, sonhos e condições históricas". (BRANDÃO, Carlos Rodrigues; STRECK, Danilo Romeu, 2006, p.13)

4. Conclusão

Além da observação de que existe certa lacuna em termos de pesquisa acadêmica sobre esse tipo de acomodação, observamos, também, uma falta de fontes diretas de informação. Existem, sim, pesquisas já realizadas e referências bibliográficas sobre hotéis, tratando de assuntos como economia, gestão, hospitalidade. Essas indicações são utilizadas como base da investigação sobre *hostels* e, a partir daí, fazem-se as constatações necessárias para o andamento do estudo.

Visitar mais *hostels* no Brasil e no exterior em breve também está nos planos, para que, agora com um olhar bem mais centrado na observação, seja possível fazer a análise que queremos para coletar mais dados. Pensando em criar essas situações de aproximação com o objeto de estudo é que se planeja a próxima viagem, que, a princípio, será para Miami, nos Estados Unidos. A duração da viagem será de duas semanas, no período que engloba natal e

ano-novo. O objetivo dessa viagem é lazer, mas, como a hospedagem será em *hostel*, ao mesmo tempo busca-se essa proximidade com o objeto de estudo e com o público de interesse. Assim será também com as viagens seguintes, durante o processo de desenvolvimento da dissertação do mestrado, observando, sempre com um diário de campo e registrando as experiências pessoais.

Considerando que esse ambiente *hostel* até pouco tempo não era muito conhecido no Brasil e, agora, está se disseminando cada vez mais, pretende-se auxiliar a expandir essa pesquisa no Brasil, ajudando também, em pesquisas futuras, já que se tem pouco material específico sobre esse assunto.

Por fim, acreditamos que todo o processo de investigação se constitui em paralelo à história dos sujeitos pesquisadores. Compreendemos que, mais do que uma pesquisa científica, o estudo é um projeto individual, que faz parte de um projeto de vida, ainda que se conecte a outras vidas. Assim, a produção é sempre melhor se o sujeito se reconhece no processo, com gosto se faz, e se procura sair dele uma pessoa melhor, com muito mais “bagagem”, pensando nos valores compartilhados, assim como ocorre dentro dos *hostels* visitados, de tal forma que a troca de experiências de vida resultem em um crescimento pessoal e intelectual.

Nesse sentido, a amorosidade e autopoiese são inerentes, também, ao modo de investigar, são marcas de pesquisadores que entendem a realidade como complexa e em constante mutação. Ao mesmo tempo, compreendem que a prática de hospedar implica, de fato, em um processo de acolhimento e entrelaçamentos nas vivências partilhadas, que podem ser investigados e reconhecidos nos *hostels*, não como uma indústria da hospedagem, mas como a reinvenção das casas de acolhimento da beira da estrada, para viajantes em busca de pouso, comida e proteção. Acolhida, amorosidade, hospedagem, *hostel*, pesquisa com a cartografia de saberes e aproximações ternas, de imersão em ambientes complexos e simples. Esta a reflexão deste texto.

Referências Bibliográficas

- ANDRADE, José Vicente de (2000). *Turismo: fundamentos e dimensões*. (8.ed.). São Paulo: Ática.
- ANGROSINO, Michael (2009). *Etnografia e Observação Participante*. Porto Alegre: Artmed.
- ANJOS, Francisco Antonio dos. ANJOS, Sara Joana Gadotti dos. OLIVEIRA, Josildete Pereira de. (2013). *A Abordagem Sistêmica no Processo de Planejamento e Gestão de Territórios Urbanos Turísticos*. Revista Rosa dos Ventos. 5(3) 390-407, jul-set, 2013.
- BAPTISTA, Isabel. In: OLIVEIRA, Ana Carolina Rodrigues. (2011). *Da pedagogia da hospitalidade no turismo ao turismo pedagógico pela hospitalidade*. Dissertação de Mestrado. UCS. Caxias do Sul, 197p.
- BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale (2014). *Amorosidade Comunicacional no turismo: dispositivo para hospitalidade em tempos de complexidade*. In: SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos; BAPTISTA, Isabel (Org.). (2014) *Laços sociais: por uma epistemologia da hospitalidade*. Caxias do Sul, RS: EDUCS.
- _____. (2014). *Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo : Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação*. Rosa dos Ventos. Caxias do Sul, RS, Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2647/pdf_273>.
- _____. (2001) *Emoção e subjetividade na paixão-pesquisa em comunicação*. Revista On Line Ciberlegenda, www.infoamerica.org, v. 01, n.4, p. 01.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues; STRECK, Danilo Romeu (Org.) (2006). *Pesquisa participante: a partilha do saber*. Aparecida, SP: Idéias & Letras.
- BRASIL. Ministério do Turismo (2015). *Mais de 6,4 milhões de turistas estrangeiros visitaram o Brasil em 2014*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5227-mais-de-6,4-milh%C3%B5es-de-turistas-estrangeiros-visitaram-o-brasil-em-2014.html>.
- _____. *Os dez melhores albergues do Brasil*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1277-os-dez-melhores-albergues-do-brasil-eleitos-em-2011.html>.
- _____. (2009) *Pesquisa Hábitos de Consumo do Turismo do Brasileiro*. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/13.11.09_Pesquisa_Hxbitos_2009.pdf.
- CAPRA, Fritjof (2003). *O ponto de mutação*. (24. ed.). São Paulo: Pensamento-Cultrix.
- COSTA, Rogério Haesbaert da. (2004). *O mito da desterritorialização: do 'fim dos territórios' à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil.
- DELEUZE, Gilles. In: HAESBAERT, Rogério e BRUCE, Glauco. (2002). *A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari*. GEOgraphia, Vol. 4, No 7. Disponível em: <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/74>.
- DEMO, Pedro (2002). *Avaliação Qualitativa* (7.ed.). Campinas: Autores Associados.
- DIAS, Reinaldo (2005). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Atlas.
- FREITAS, Simone, 2012. *Hostel em Porto Alegre*. Trabalho de conclusão de curso de graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/80142>
- GIL, Antonio Carlos (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. (4 ed.) São Paulo: Atlas.
- MARTINS, José (1999). *A natureza emocional da marca: como encontrar a imagem que fortalece sua marca*. São Paulo: Negócio.
- MATURANA, Humberto R. (1998). *Emoções e linguagem na educação e política*. Belo Horizonte: UFMG.
- MEDEIROS, Eduarda Aguiar (2013). *Atributos determinantes na escolha de um hostel na cidade de Porto Alegre*. Trabalho de conclusão de curso de graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/87869/000911054.pdf?sequence=1>

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.) (2001). *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade*. (18 ed.) Petrópolis: Vozes.

MOESCH, Maruschka Martini (2002). *A produção do saber turístico*. (2.ed.) São Paulo: Contexto.

MONTES, Sue Anne Pressley. Guests Are Far From Home but Close to Amenities. The Washington Post. Fevereiro, 2008. Tradução nossa. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/02/04/AR2008020403732.html>.

PROGRAMA PATROLA. Casa Azul Hostel no Patrola da RBS TV. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Bz8p5ebYw_s.

PRZYBYLSKI, Inês Machado (2008). *Hospitalidade sob o olhar do hóspede nos espaços do hotel*. Dissertação de Mestrado. UCS. Caxias do Sul, 166p.

REVISTA VEJA. São Paulo, maio de 2015. Após a Copa, crise afeta o mercado de hostels em São Paulo. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/materia/hostels-crise-sao-paulo-apos-copa/>.

ROCHA, Camila Silva Tarnac da, 2008. *Albergue da Juventude*. Trabalho de conclusão de curso de graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/15762>

ROSS, Glenn F. (2002). *Psicologia do turismo*. (2.ed.) São Paulo: Contexto.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2008). *Um discurso sobre as ciências*. 5.ed. São Paulo: Cortez.

SARTOR, Lourdes Fellini (1977). *Introdução ao turismo*. Caxias do Sul, RS: UCS.

TONACO, Claudia (2013). *Um mundo com +WTM + Canadá + Chile*. Revista Travel3, São Paulo; Minas Gerais. 13 de dezembro de 2013. Disponível em: <http://www.travel3.com.br/materia.php?um-mundo-com---wtm---canada---chile-294>.

Websites consultados:

Associação Brasileira de Empresas de Eventos. A onda dos hostels na indústria da hospitalidade do País. 2012. [<http://www.abeoc.org.br/2012/12/a-onda-dos-hostels-na-industria-da-hospitalidade-do-pais/#sthash.ljby9s5P.biTfYwI9.dpuf>]

Associação Paulista de Albergues da Juventude. O que são hostels? [http://www.alberguesp.com.br/site/conteudo.asp?id_subsecao=2&titulo=Conhe%E7a]

Grupo Abril - Viagem. [www.abril.com.br/viagem]

Hostelling International Brasil. [<http://www.hihostelbrasil.com.br/institucional.html>]

Portal Educação (2015). Hostel, Hotel and Motel, what is the difference? [<http://www.portaleducacao.com.br/idiomas/artigos/65190/hostel-hotel-and-motel-what-is-the-difference>]

Revista Turismo. [www.revistaturismo.com.br]

Origem Da Palavra - Site de Etimologia. [<http://origemdapalavra.com.br/site/palavras/quartel/>] e [<http://origemdapalavra.com.br/site/?s=hostel>]